

Dispensa didattica n. 3

2 ottobre 2013

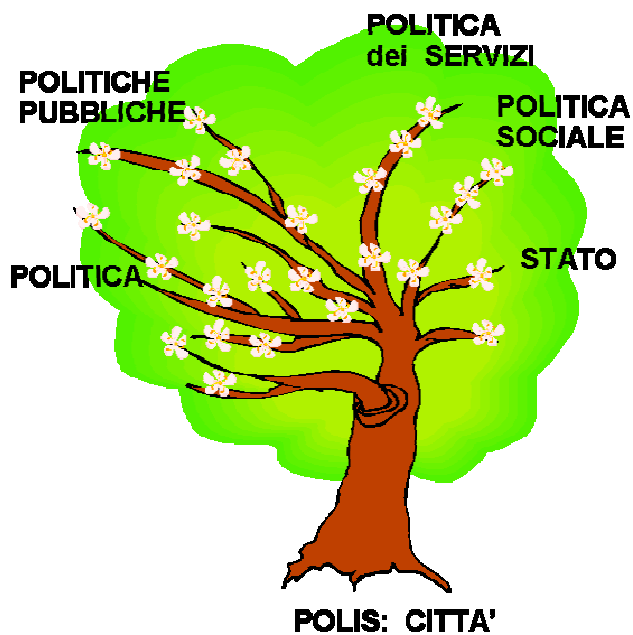
I SERVIZI nelle POLITICHE SOCIALI

di cosa parliamo quando parliamo di "servizio", "servizi",
"servizi alla persona e alla comunità"

qualche strategia cognitiva per comprendere la struttura di
questi ambienti sociali (intesi come politiche, come
organizzazioni, come luoghi di esercizio delle
professionalità)

"linee guida" per l'analisi: storia, bisogni e problemi;
istituzioni e regole, processi di funzionamento; tendenze

Usando come metafora la forma visiva dell'albero possiamo individuare alcune parole-chiave:



POLIS → POLITICA → POLITICHE PUBBLICHE → POLITICHE SOCIALI → POLITICA DEI SERVIZI

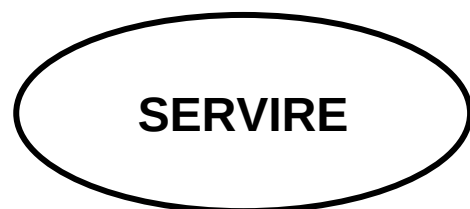
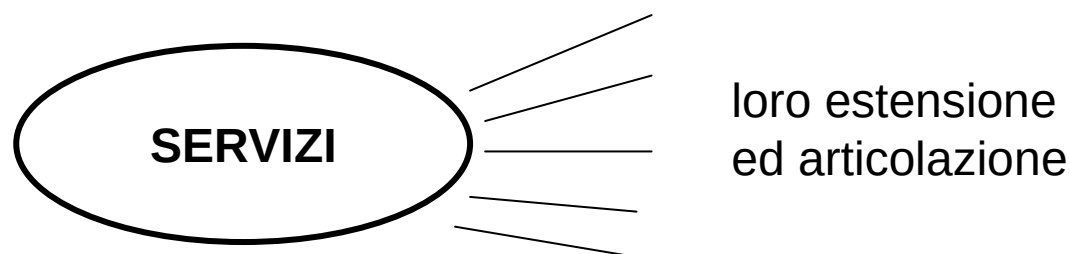
Gli stati moderni, in particolare dalla fine del '700, hanno progressivamente allargato la loro azione sul sistema economico e sociale attraverso POLITICHE PUBBLICHE orientate ad affrontare problemi sociali.

"SERVIZIO"

"SERVIZI"

- alle origini della PAROLA
- composizione del settore dei SERVIZI
- la specificità dei "servizi alla persona e alla comunità"
- professioni e servizi
- il contributo conoscitivo delle scienze delle organizzazioni

“servizio”, “servizi”: aiuti dalla etimologia



“Servare” è:
 “guardare”,
 “sorvegliare”
 “custodire”
 “osservare con attenzione”
 “conservare”, “mantenere”

certamente “schiavo”,
 ma anche:
 “che veglia”
 “che sorveglia”

“Swer”

“osservare”

Radice indoeuropea

SERVIZIO: *radici linguistiche*

La parola SERVIZIO deriva dal verbo SERVIRE
e dal sostantivo SERVO

Nelle società moderne il ruolo di servo tende a scomparire,
ma non è scomparso il desiderio di ESSERE SERVITI
ed anche il piacere di essere serviti
("SENTIRSI PADRONE")

In questa prospettiva obiettivo di un servizio è far sentire
che il cliente "SI SENTA UN SIGNORE"

SERVIRE:
Essere utile o indispensabile, giovare

Concetto importante per la CULTURA DI SERVIZIO
è quindi quello di AIUTO.

Ecco perché diventa così centrale nel servizio
l'ASPETTO RELAZIONALE tra l'operatore del servizio e il
cliente-utente-ospite

Una lettura sul tema:

Fonte: Capranico S. (1992), In che cosa posso servirla, Guerini e Associati, p. 23-40

IL SETTORE DEI SERVIZI NELLE SOCIETA' MODERNE

con il termine **SERVIZI**
oggi si intende una realtà vasta, composita,
ricca di articolazioni e difformità interne

- 
- **SERVIZI PUBBLICI:**
 - **SCUOLA E FORMAZIONE**
 - **SANITA' E ASSISTENZA**
 - **POSTE**
 - **TRASPORTI**
 - **INFRASTRUTTURE**
 - **SERVIZI PRIVATI:**
 - **ALBERGHI**
 - **TURISMO E VIAGGI**
 - **DISTRIBUZIONE COMMERCIALE**
 - **PUBBLICITA'**
 - **INFORMAZIONE**
 - **SERVIZI ALLE PERSONE:**
 - **SVAGO, CULTURA, SPETTACOLO**
 - **BIBLIOTECHE**
 - **ASSICURAZIONI**
 - **CURE DEL CORPO**
 - **SERVIZI ALLE ORGANIZZAZIONI:**
 - **CONSULENZA DIREZIONALE**

**il SETTORE DEI SERVIZI SI CARATTERIZZA COME
IL PRINCIPALE AMBITO DELLE ECONOMIE SVILUPPATE**

ARTICOLAZIONE DEL “ LAVORO DI SERVIZIO ”

- **SETTORE PUBBLICO**
 - **AMMINISTRAZIONI CENTRALI**
 - **AMMINISTRAZIONI REGIONALI**
 - **AMMINISTRAZIONI LOCALI**
- **SETTORI DI MERCATO**
 - **ECONOMIA FORMALE**
 - **ECONOMIA INFORMALE**
- **LAVORO DOMESTICO FAMILIARE**
 - **PRODUZIONE DI SERVIZI**
 - **LAVORO AGGIUNTIVO/COMPENSATIVO
PER L'UTILIZZAZIONE DEI SERVIZI**
 - **LAVORO DI RICOMPOSIZIONE:
RACCORDO TRA RISORSE INTERNE
ED ESTERNE**
- **LAVORO DI VOLONTARIATO**
 - **VOLONTARIATO TRADIZIONALE,
MUTUO APPOGGIO; SELF HELP**
 - **LAVORO DI MILITANZA, PARTECIPAZIONE
POLITICA, ATTIVITA' NELL'AMBITO DI
MOVIMENTI**

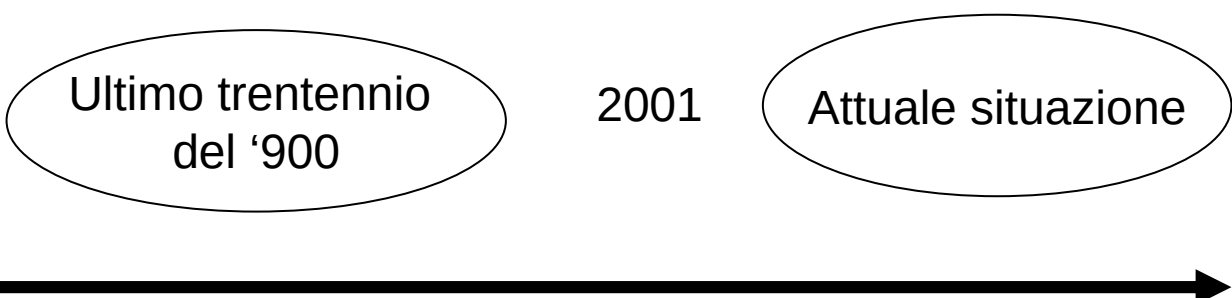
STRUTTURA E PROCESSI DI SVILUPPO DEL SISTEMA ITALIANO DEI SERVIZI ALLA PERSONA E ALLA COMUNITA':

Una formula per memorizzare:

“Trenta + Dieci”

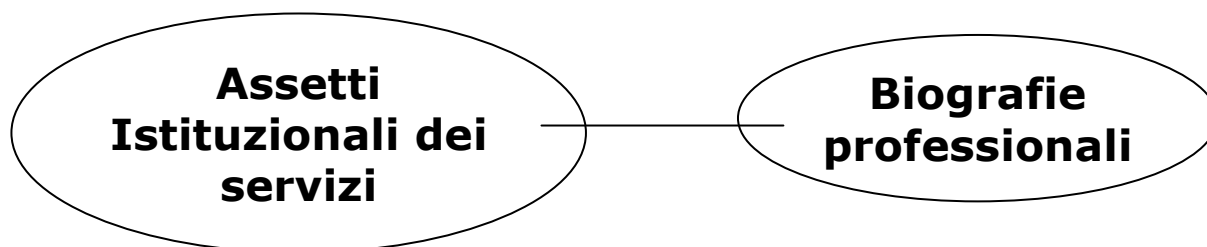
Trenta sono gli
anni costitutivi del sistema italiano dei servizi

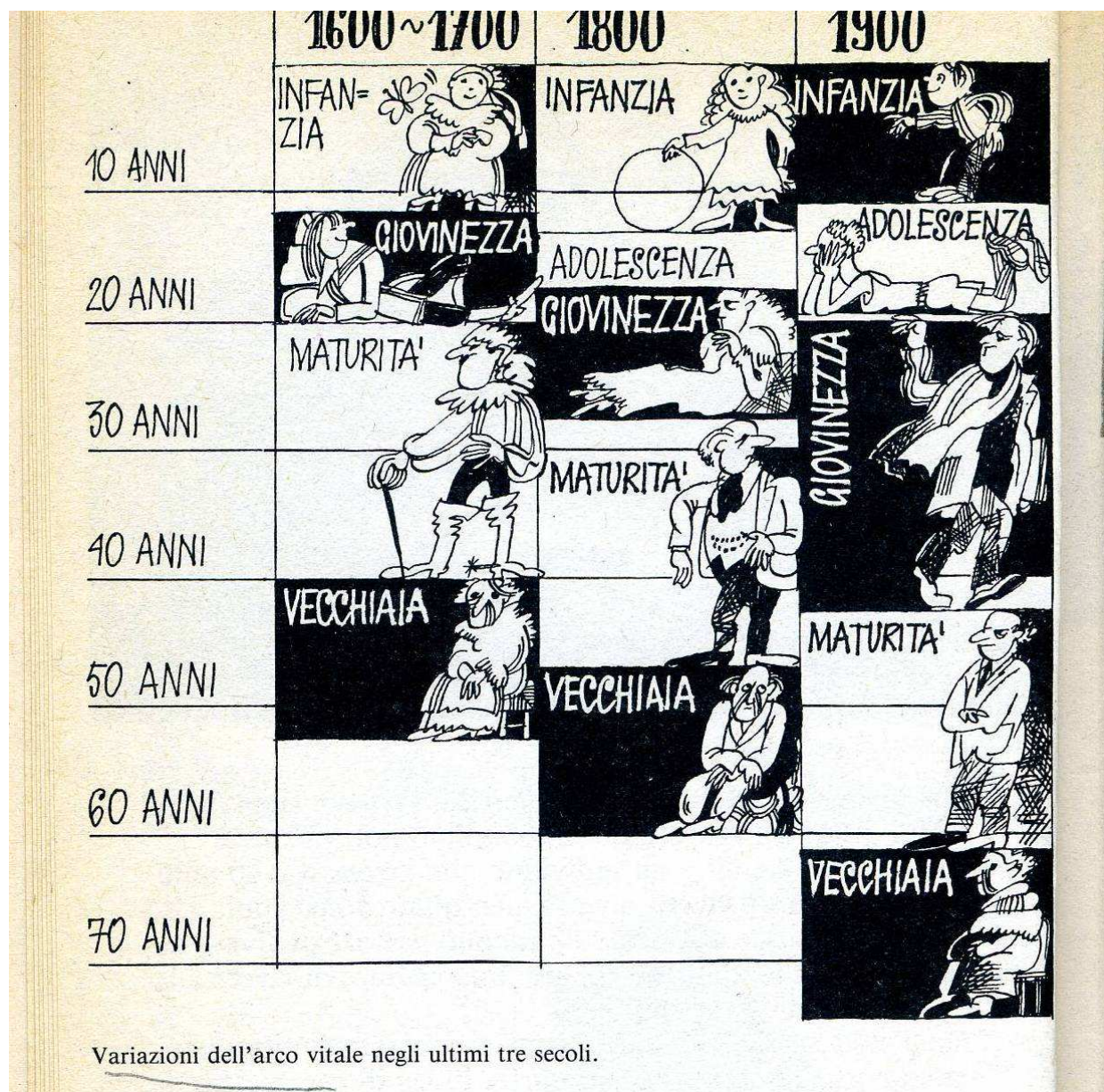
Dieci sono quelli
dell'attuale sistema, conseguenti alla riforma
costituzionale del 2001



STORIA DEI SERVIZI E BIOGRAFIE PERSONALI

“Narrare, narrarsi”

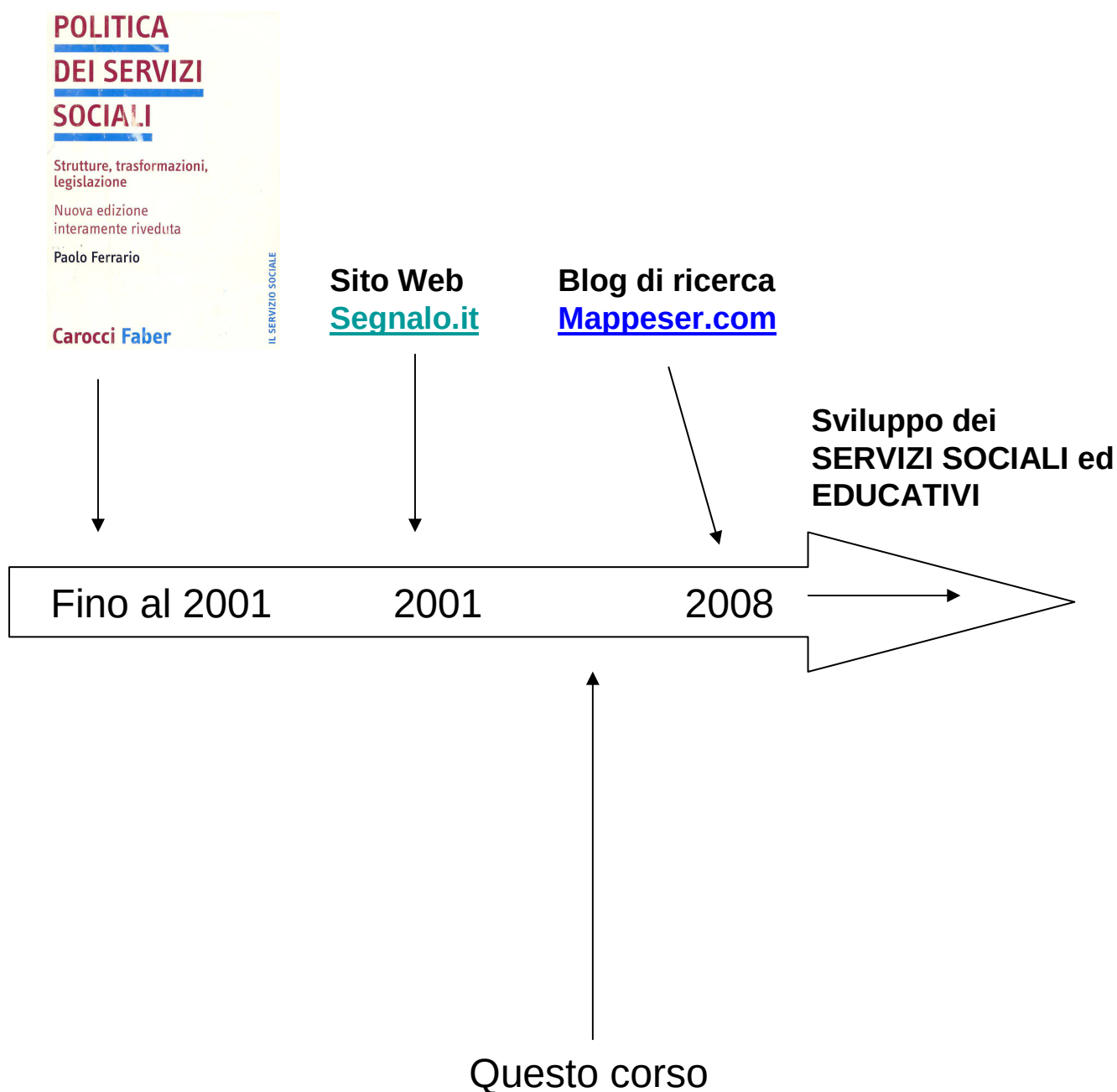




BIOGRAFIE INDIVIDUALI ed ETA' ANAGRAFICA	PERIODI DELLO SVILUPPO DELLE POLITICHE DEI SERVIZI
	...
	1972 – 1977
	1978-1986
	1986-1991
	1990-1997
	1997-2001
	2001
	2008
	...

PERIODI	DECISIONI LEGISLATIVE SIGNIFICATIVE
1972 – 1977	
1978-1986	
1986-1991	
1990-1997	
1997-2001	
2001-	

L'ATTENZIONE PUNTATA SU: POLITICHE SOCIALI E SERVIZI



ELEMENTI IN GIOCO NEI SISTEMI DI SERVIZIO

• **FAMIGLIA**

• **CICLO di VITA**

• **LAVORO**

• **REDDITO**

• **CULTURA**

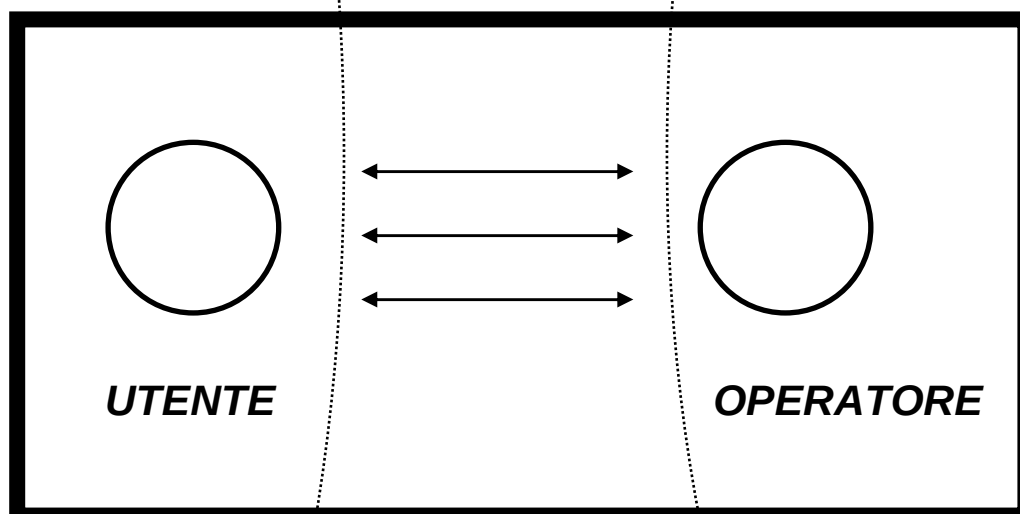
• **TERRITORIO**

• **POLITICHE
SOCIALI**

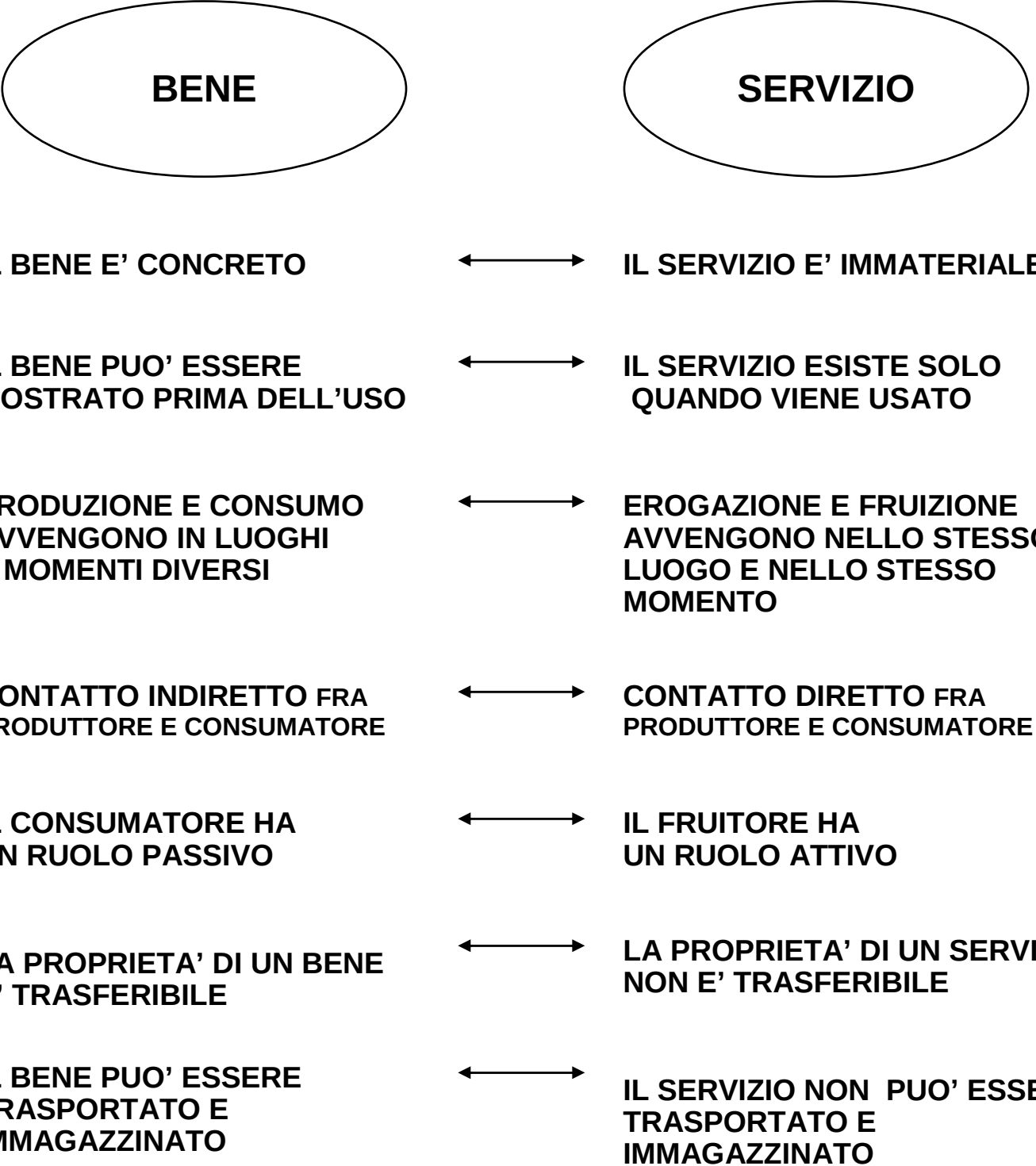
• **ISTITUZIONI**

• **ORGANIZZAZIONI**

• **PROFESSIONI**



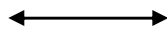
DIFFERENZE FRA BENI E SERVIZI



BENE

SERVIZIO

IL BENE E' CONCRETO



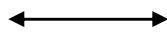
IL SERVIZIO E' IMMATERIALE

**IL BENE PUO' ESSERE
MOSTRATO PRIMA DELL'USO**



**IL SERVIZIO ESISTE SOLO
QUANDO VIENE USATO**

**PRODUZIONE E CONSUMO
AVVENGONO IN LUOGHI
E MOMENTI DIVERSI**



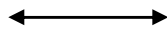
**EROGAZIONE E FRUIZIONE
AVVENGONO NELLO STESSO
LUOGO E NELLO STESSO
MOMENTO**

**CONTATTO INDIRETTO FRA
PRODUTTORE E CONSUMATORE**



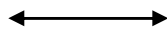
**CONTATTO DIRETTO FRA
PRODUTTORE E CONSUMATORE**

**IL CONSUMATORE HA
UN RUOLO PASSIVO**



**IL FRUITORE HA
UN RUOLO ATTIVO**

**LA PROPRIETA' DI UN BENE
E' TRASFERIBILE**



**LA PROPRIETA' DI UN SERVIZIO
NON E' TRASFERIBILE**

**IL BENE PUO' ESSERE
TRASPORTATO E
IMMAGAZZINATO**



**IL SERVIZIO NON PUO' ESSERE
TRASPORTATO E
IMMAGAZZINATO**

CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO SERVIZIO

- **IMMATERIALITA'**
 - IMPOSSIBILITA' DELL'IMMAGAZZINAMENTO
 - IMPOSSIBILITA' DI TRASPORTO
 - DIFFICOLTA' DI DIMOSTRAZIONE
 - PROPRIETA' NON TRASFERIBILE

- **INTERATTIVITA'**
 - RUOLO DEL PERSONALE DI CONTATTO
 - RUOLO ATTIVO DEL FRUITORE
 - IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE
 - DIFFICOLTA' DI STANDARDIZZAZIONE

- **SOGGETTIVITA'**
 - RUOLO DELLE ASPETTATIVE
 - IMPORTANZA DELL'IMMAGINE
 - RUOLO DELLA PERCEZIONE SOGGETTIVA

SPECIFICITA' DELLE ORGANIZZAZIONI DI SERVIZI

CARATTERISTICHE:

- **CONTEMPORANEITA' DI PRODUZIONE E CONSUMO
IL FRUITORE HA UN RUOLO DECISIVO NELLA
PRODUZIONE DEL SERVIZIO**
- **RELATIVA INTANGIBILITA':
IL VANTAGGIO CHE DERIVA DAL SERVIZIO NON CADE
SOTTO LA PERCEZIONE IMMEDIATA DEI SENSI**
- **LA MAGGIOR PARTE DELLE ATTIVITA' DI SERVIZIO
CONSISTONO IN AZIONI ED INTERAZIONI SOCIALI**

CONSEGUENZE:

- **ELEVATISSIMA RILEVANZA DEI RAPPORTI
INTERNO/ESTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE:
MOMENTO DECISIVO DELLA VALUTAZIONE**
- **CENTRALITA' DELLE RELAZIONI OPERATORI/UTENTI**
- **NON TUTTE LE COMPONENTI DEL SERVIZIO POSSONO
ESSERE ASSOGGETTATE A STANDARD E NORME PRE-
CODIFICATE**

I TRE LIVELLI SISTEMICI DEL LAVORO DI SERVIZIO:

- **RELAZIONE PROFESSIONALE**
- **ORGANIZZAZIONE DI SERVIZIO**
- **ISTITUZIONI**



LA RELAZIONE PROFESSIONALE:

- HA INIZIO DA UNA RICHIESTA, DA UN BISOGNO
- PROCEDE VERSO UN OBIETTIVO DEFINITO (O PIU' OBIETTIVI)
- SI SVOLGE ALL'INTERNO DI UN PROGETTO CONDIVISO (DAL SERVIZIO, DALL'EQUIPE, DALL'ENTE)
- INDIVIDUA:
 - STRUMENTI SPECIFICI
 - STRATEGIE OPERATIVE
- LA STRATEGIA RELAZIONALE SI QUALIFICA COME:
 - COMPLEMENTARE-COLLABORATIVA
 - PARALLELO-COLLABORATIVA
- INSIEME AD ALTRI ELEMENTI (LEGGI, REGOLAMENTI, CONTESTI ORGANIZZATIVI, CONTENUTI DEL LAVORO) CONTRIBUISCE A QUALIFICARE LA SPECIFICITA' PROFESSIONALE DI CIASCUN OPERATORE

fonte: P. Taccani

LA **PROFESSIONALITA'**

E' IL RISULTATO DI UNA COMBINAZIONE DIVERSIFICATA FRA:

- **OPERATIVITA'**
 - NUMERO DELLE OPERAZIONI
 - COMPITI TECNICO-PRATICI

- **SPECIALIZZAZIONE**
 - ASPETTI DELLA PRESTAZIONE LAVORATIVA
CHE PRESUPPONGONO CONOSCENZE APPLICATE

- **GESTIONALITA'**
 - ATTIVITA' LAVORATIVA CARATTERIZZATA DA
PROCESSI DI DECISIONE
NELL'USO,
DIMENSIONAMENTO E
COORDINAMENTO DELLE RISORSE ORGANIZZATIVE

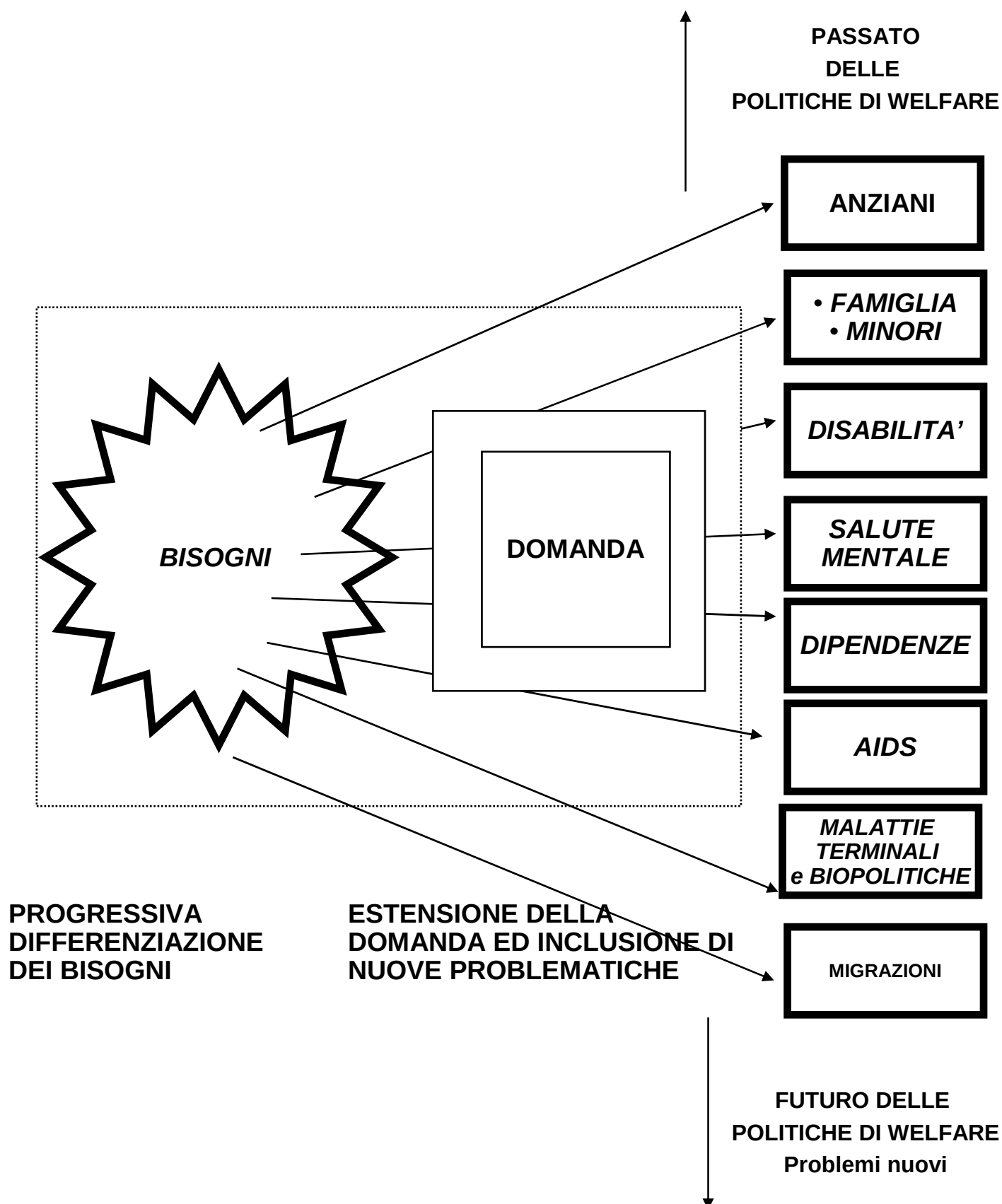
nel lavoro dei servizi alla persona è presente
una "gestionalità diffusa"

(dai livelli di direzione alle équipes di servizio)

TRASFORMAZIONI SOCIO-CULTURALI ED EFFETTI SULLA SALUTE E SUI SERVIZI

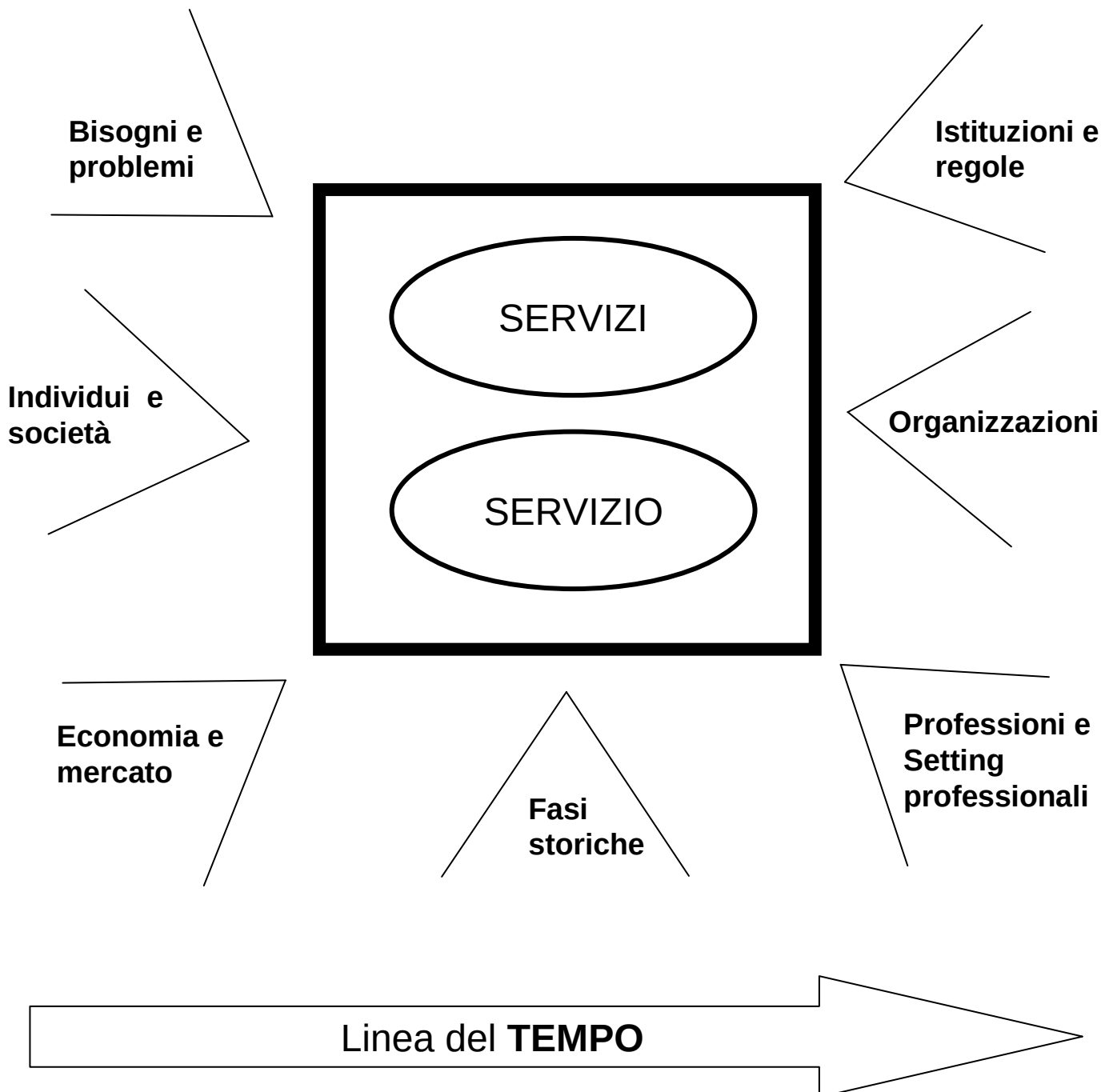
- **PIU' POPOLAZIONE INCLUSA NELLA SFERA DEI DIRITTI**
- **CICLI DI VITA e NUOVI OBIETTIVI EDUCATIVI in ogni fase**
- **SALUTE**
 - **SOGGETTIVITA'**
- **CURA/GUARIGIONE**
 - **DIMINUZIONE DELLE SOFFERENZE**
- **SPERANZA DI VITA**
 - **PIU' POPOLAZIONE CON PROBLEMATICHE DI MALATTIA A DECORSO CRONICO ED INVALIDANTE**
- **CRESCITA DELLE ASPETTATIVE**
 - **QUALITA' DELLA VITA**
- **NUOVE MALATTIE**
- **RIDEFINIZIONE DELLE PROFESSIONI**
- **CRESCENTI COSTI DELLE ORGANIZZAZIONI DI SERVIZIO**
- **SEMPRE PIU' INDISPENSABILE L'INTEGRAZIONE FRA SOCIETA' CIVILE E FUNZIONI PUBBLICHE DELLO STATO**

SVILUPPO DEI SERVIZI SOCIALI, SOCIOEDUCATIVI, SANITARI E SOCIOSANITARI



Teoria del PUNTO DI VISTA

Sistemi analizzabili da VARI punti di vista



Antologia:

Un estratto da:

Franca Olivetti Manoukian,

PRODURRE SERVIZI

Lavorare con oggetti immateriali

Il Mulino, 1998, pagg. 52-54

3. *Il prodotto servizio*

In che cosa consiste il prodotto «servizio»? Ciò che lo distingue e lo caratterizza non è l'immaterialità in quanto tale. Alcune definizioni correnti tendono a enfatizzare questo aspetto, ma forse non è quello centrale perché si possono avere prodotti immateriali senza che vi sia servizio¹⁹. Il servizio è costituito da qualche cosa di materiale/immateriale che va realizzato entro un processo relazionale e comunicativo contingente tra un produttore e un consumatore. Per cui i servizi non possono essere immagazzinati ed è possibile venderli senza che necessariamente esista un trasferimento di proprietà; la produzione avviene nello stesso luogo e almeno in parte nello stesso tempo in cui avviene il consumo, coincide con il consumo, ovvero si ha effettiva produzione di servizi soltanto là dove vi è effettiva utilizzazione²⁰; se il consumo è contestuale alla produzione ne consegue anche che la produzione si realizza in un'interazione tra produttore e destinatario/consumatore e in modo ancor più specifico che il cliente prende parte direttamente alla produzione. Il servizio ha il suo nucleo più che in qualche realizzazione specifica in un rapporto interattivo che porta

¹⁹ J. Gadrey, *L'économie des services*, Paris, La Découverte, 1996.

²⁰ L'affermazione può apparire banale ma si pensi a che cosa significa in una delle situazioni organizzative più diffuse per la fornitura di un servizio: quella in cui si chiedono, danno informazioni, dallo sportello degli uffici pubblici al centralino, alla postazione di un usciere, a una segreteria, ecc. Non si produce servizio se il cliente che si rivolge all'operatore non ottiene qualche cosa di cui possa servirsi, ovvero pertinente alla sua richiesta e utilizzabile con convinzione. Un lavoro di ricerca/formazione con gli operatori che lavorano in queste situazioni ha permesso di esplorare la complessità che va affrontata per raggiungere questi risultati. Si veda in proposito F. Olivetti Manoukian, *Servizi che «servano» ai cittadini. Lo «sportello polifunzionale decentrato»*, in *Microfisica della cittadinanza*, a cura di M.C. Belloni e F. Bimbi, Milano, Angeli, 1997, pp. 233-255.

a scegliere e ad attivare ciò che risulta pertinente nella situazione stessa. Viene quindi sottolineata la centralità che nella produzione di servizi ha il cliente, la considerazione del cliente e l'importanza del suo apprezzamento o della sua soddisfazione, della sua partecipazione attiva che condiziona in modo determinante la produzione. Potrebbe sembrare che il prodotto servizio consista allora essenzialmente di attività di comunicazione, di sviluppo di ascolto, attenzione, relazionalità, conversazionalità, di attivazione di rapporti reciprocamente vantaggiosi: un prodotto che non è possibile separare dal processo che lo sostiene e che è parte di fatto integrante e sostanziale di ciò che il cliente percepisce e utilizza, consuma.

Questi elementi in realtà mettono in evidenza delle dimensioni del servizio che potremmo indicare come dimensione orizzontale. Perché si abbia un servizio viene tuttavia messa in campo anche una dimensione verticale: si fa cioè riferimento ad altri elementi che attengono in modo più specifico ai contenuti sui quali o per i quali avviene il contatto tra operatore e cliente. La dimensione orizzontale è la più esplicita e visibile, quella su cui più insistono le analisi e le raccomandazioni per fornire un buon servizio. La dimensione verticale è più nascosta, più difficile da descrivere: sembra che possa essere elusa e delegata ad elaborazioni del tutto soggettive. È la parte più buia del servizio, quella che solitamente resta in ombra.

La produzione di servizi richiede di attivare dei processi relazionali che non sono predefinibili. Ma questo non significa che inevitabilmente ci si ritrovi in balia solo di una relazione duale, su cui incombono le più diverse e inquietanti configurazioni, dal dominio/sottomissione, alla fusionalità, alla seduzione/fascinazione. Proprio perché si tratta di una situazione di lavoro, tutti questi aspetti non possono essere negati e neppure abbandonati ad una «libera» e indeterminata espressione. Vanno messi a contatto con degli elementi di realtà che costituiscano una sorta di corrimano a cui agganciarsi per gestire l'interazione. Ci si potrebbe appoggiare, come spesso si tende a fare, a delle coordinate di contesto, strutturali, come separazioni e determinazioni

di ruoli, spazi, tempi, ma queste incanalano la situazione entro schemi troppo fissi che provocano distorsioni e parzialità nelle comunicazioni e rischiano di annullare il servizio. Perché ci sia prodotto, perché si realizzi qualche cosa che sia visibile all'interno del rapporto e all'esterno, che possa essere mostrato e apprezzato è cruciale che si possa disporre di una rappresentazione abbastanza consistente e permanente di ciò che in linea di massima *serve* in un particolare contesto organizzativo²¹. Il cliente e l'operatore interagiscono per arrivare a qualche cosa che si sviluppa da un'idea generale, ma circoscritta, di ciò che in quella situazione organizzativa è importante e significativo realizzare, da un «oggetto», che è quello per cui l'uno e l'altro entrano in contatto. Il cliente e l'operatore (l'operatore soprattutto, in quanto, facendo parte di una organizzazione che offre servizi e avendo in essa un ruolo specifico, si propone come più competente per sostenere la produzione) è cruciale che abbiano una prefigurazione di ciò che è possibile produrre, che possano «vedere» e aver «presente» un oggetto di lavoro.