PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 9 - numero 1841 di martedì 11 dicembre 2007

Dopo l'incidente all'acciaieria ThyssenKrupp: riflessioni sulla sicurezza sul lavoro

Il valore differente della vita umana determina le scelte delle politiche del paese. L'editoriale del direttore di PuntoSicuro L. M. Meroni.

Pubblicità

Qual è il morto più importante? Come si pesano le vittime in Italia?

Il titolo di questo editoriale vorrebbe fare semplicemente riflettere su una questione importante: la comunicazione dei media rispetto al valore della vita umana.

In questi giorni, a seguito della tragedia della ThyssenKrupp di Torino, le morti sul lavoro sono tornate alla ribalta. Succede sempre per alcuni giorni dopo gli infortuni più gravi. Poi l'oblio.

Ma mai il peso "mediatico" di tali morti può essere equiparato a quello dei caduti nelle missioni militari. Questi ultimi sono trattati da eroi, caduti per la Patria e ricevono funerali di stato e tutti gli onori.

Ma cosa succede alle vittime della strada?
Sono 5.400 gli italiani che muoiono ogni anno sulle strade, contro i 1.300 morti sul lavoro e le poche unità nelle missioni militari internazionali. Quattro volte tanto.

E cosa succede alle casalinghe, ai "nonnetti", ai bimbi che muoiono tra le mura domestiche a seguito di incidenti vari?
Sono 4.500 italiani ogni anno le vittime degli incidenti domestici. Tre volte tanto i morti sul lavoro e sfido qualcuno a portare un servizio dei TG nazionali su questi decessi.

Sarebbe un esercizio interessante quello di calcolare, come fanno per i politici in tv, lo spazio per ciascun morto dedicato dai media.
Le righe di testo dedicate per ogni caduto sui giornali. Alla fine sono tutte persone che muoiono incidentalmente, ovvero a causa di un incidente che può essere la caduta in una imboscata (militare) la caduta da un ponteggio (lavoro), la caduta da una scala (casa), la caduta con l'auto in un burrone (strada). Sempre di cadute si tratta e sempre di morte si tratta. Ma perché il peso mediatico è diverso?

Viviamo in un mondo strano, in cui i valori si confondono con i bisogni, che si confondono con le necessità che generano i comportamenti e i consumi.
Quello che i guru della comunicazione individuano come il desiderio di consumo di informazione diventa, di fatto, il fattore che determina la rilevanza di una vita spezzata rispetto ad un'altra.

Per quanto mi riguarda il valore che attribuisco ad una vita non cambia a seconda del contesto.
Sarebbe bello vivere in una società in cui non fosse necessario il clamore per determinare gli indirizzi della società stessa.

---- L'articolo continua dopo la pubblicità ----

Perché devono essere sfruttati i morti della ThyssenKrupp per inasprire le sanzioni verso le aziende?
Uno Stato dovrebbe fare del suo meglio per risolvere i problemi non in uno stato di emergenza ma nel normale processo di miglioramento continuo che dovrebbe contraddistinguere la buona amministrazione.
Garantire la sicurezza sul lavoro deve essere il dovere di ogni azienda che assume un lavoratore. Dovere del lavoratore rispettare le indicazioni di sicurezza e collaborare per il suo miglioramento.

Ma dovere di uno stato, invece di inondarci di tv spazzatura con tette e culi al vento e concorsi a premi per dementi, invece di sommergerci di spot pubblicitari per fare indebitare i cittadini, sarebbe quello di sfruttare la tv pubblica e i giornali a cui vengono dati ogni anno milioni di euro di finanziamenti pubblici, di nostri soldi, per diffondere una maggiore cultura della sicurezza e fare prevenzione.
Per insegnare alle casalinghe a lavorare in modo più sicuro, a proteggersi dai pericoli della casa. Per insegnare agli operai a non rispondere al cellulare quando lavorano in bilico su un ponteggio, a non bere alcol ai pasti quando lavorano. Per spiegare agli automobilisti i principi base della guida sicura e dei pericoli della strada.
Perché le manovre di rianimazione cardio-polmonare non sono insegnate nelle scuole italiane ma in quelle scandinave sì?

Esiste qualcuno che ci crede ancora al buon governo, in Italia?
Attendiamo risposte, fiduciosi da e per i nostri lettori, a:
redazione@puntosicuro.it o nell'area commenti.

Luigi Matteo Meroni
Direttore di PuntoSicuro

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.
