

Le mille risorse della funzione visiva

87

Riflessione a voce alta sullo stato della professione.

Fabio Andriola incontra il dr. Vittorio Roncagli

Da questo numero de "L'Ottico" si attiva una collaborazione con Vittorio Roncagli, che avrà modo di farci scoprire quegli aspetti, a volte non perfettamente conosciuti, della nostra bellissima professione.

In questo spazio infatti non si parlerà di moda o di strategie di acquisto e di vendita, ma di come la vista o meglio, la "funzione visiva" sia correlata ad aspetti come il comportamento, la postura, l'efficienza, l'apprendimento, lo sport, il lavoro e, in definitiva, significhi qualità della vita.

Questo articolo iniziale nasce infatti da un colloquio con Roncagli, che ci porta a fare una riflessione a voce alta sui "massimi sistemi" della professione moderna dell'ottico nel nostro Paese.

Tante professioni non-mediche si occupano quotidianamente di migliorare la salute e la qualità della vita delle persone. Pensiamo per esempio ai Fisioterapisti, agli Osteopati ed ai Chiropratici che riabilitano le persone dopo i traumi ed alleviano i comuni e fastidiosi dolori articolari e muscolari, pensiamo agli Infermieri ed alle Assistenti di Base che sono quotidianamente a contatto con persone che necessitano di tutto il loro preziosissimo aiuto. Oppure alle Logopediste che rieducano la voce sia ai bambini che agli adulti.

Pensiamo ai Podologi, che permettono a tante

persone di camminare in modo corretto grazie ai plantari.

Tutte le professioni sanitarie non-mediche hanno in comune un aspetto: il "prodotto" che offrono è finalizzato a far vivere meglio le persone. A volte, tale "prodotto" è rappresentato da ausili, a volte da accessori, a volte semplicemente dal tempo e dall'esperienza messa a disposizione delle persone che di esso necessitano.

E allora perché pensare all'Ottico solo come ad un commerciante, un venditore di occhiali? Se così fosse, il negozio di Ottica sarebbe equiparabile a un negozio di abbigliamento e l'occhiale non sarebbe nulla di più di un capo di vestiario. È vero che l'occhiale fa parte del *fashion*, rappresenta anche un accessorio di abbigliamento, ma l'occhiale è soprattutto un accessorio per la salute ed il benessere, l'ausilio sanitario più utilizzato al mondo. Ed anche il più potente perché il suo utilizzo non permette solo di "vedere bene" ma soprattutto di usufruire di tale funzione per svolgere in modo adeguato tutte le attività di cui le persone necessitano. Grazie agli occhiali, oltre un terzo della popolazione giovane del mondo occidentale affetta da ametropie visive, conduce una vita normale e grazie ad essi coloro non più giovanissimi possono continuare a vedere nitido da vicino, praticare una professione, leggere,

■ 88 **Le mille risorse della funzione visiva**

aggiornarsi; In definitiva vivere meglio.

Una persona con un'ametropia che richiede l'uso costante dell'occhiale è una persona che non potrebbe condurre la propria vita nello stesso modo, svolgere le stesse cose, praticare la stessa professione ed ambire allo stesso stile di vita se non avesse gli occhiali. La sua vita sarebbe circoscritta dallo spazio che riesce a vedere e dalle attività (poche) che potrebbe comunque svolgere con un'acuità subnormale. Sarebbe peggiore la sua quotidianità, limitata la sua ambizione, circoscritto il suo campo di azione, inespresso il suo potenziale Umano.

In questi anni abbiamo assistito a profondi cambiamenti nel mondo dell'Ottica: è cambiato il mercato, sono cambiate le esigenze e le abitudini dei clienti, sono cambiati i prodotti, si è ridotto il margine di guadagno, ma un aspetto è cambiato poco: la scarsa autostima che si registra di frequente da parte degli ottici nei confronti della propria professione, nei confronti dei prodotti che vengono offerti e verso il futuro di questa professione che sembra essere sempre più assediata da concorrenti di altri settori merceologici che corrodono mercato.

Abbiamo assistito ad una globalizzazione del mercato degli occhiali da presbiopia, venduti pressoché ovunque e da chiunque, ad una progressiva e rapida diminuzione di quello degli

occhiali da sole, venduti sempre più spesso attraverso altri canali commerciali e ad una limitazione nel mercato delle lenti a contatto, che interessa in modo crescente alla classe Medica.

Eppure, nonostante tutto, il mercato dell'ottica non può essere definito "in crisi", sono certamente in crisi alcune realtà, in determinati luoghi. In alcune zone, alcune attività commerciali sono state chiaramente schiacciate dalla concorrenza e aprire oggi un negozio di ottica in una grande città richiede forti investimenti e dubbi ritorni. Ma non possiamo parlare di una vera crisi di mercato.

Molte piccole ed inizialmente aggressive catene commerciali italiane sono banalmente finite per essere inglobate in catene più grosse. Le tanto temute catene commerciali provenienti dall'estero sono sbarcate anche in Italia ma non hanno provocato alcun terremoto anzi, alcune, si trovano in difficoltà. Anche come risorse lavorative non si registra una crisi. È raro trovare ottici disoccupati ed invece facilissimo trovare offerte di lavoro per ottici neo-diplomati.

In realtà una crisi c'è, ma è una crisi di identità. L'ottico degli anni '70, che ammortizzava l'investimento del negozio in poco tempo, che necessitava di poca tecnologia, non aveva bisogno di aggiornarsi e poteva contare su ricarichi elevati e guadagni facili, è un'immagine ancora perseguita da alcuni (troppi) ostinati ma di fatto fa parte del passato. Continuare oggi a

Le mille risorse della funzione visiva 89

gestire un negozio come 20-30 anni fa – e non sono pochi quelli che continuano a farlo – basando tutto su una bella vetrina, occhiali firmati e lenti a contatto convenzionali, è sempre più difficile e, prima o poi, diventerà giustamente impossibile.

Il problema e la causa, come spesso succede, è la scuola. L'ottico-optometrista è condizionato da chi, a suo tempo, l'ha formato e da cosa e come gli è stato insegnato. In molti settori la scuola non prepara, non forma e soprattutto non illustra le prospettive. Questo, ovviamente, non è un problema solo degli ottici ma, nell'ottica è stato chiaramente troppo spesso omesso di insegnare una prospettiva per il futuro.

L'ottico-optometrista è stato raramente stimolato ad essere qualcosa in più che un venditore di occhiali e non gli è stato mai spiegato quello che realmente è: un operatore sanitario. Perfino il Ministero della Salute lo ha riconosciuto tale, inserendolo nell'elenco delle professioni sanitarie deputate a frequentare obbligatoriamente i corsi ECM. Corsi che troppi hanno vissuto come un'alienante ed inutile obbligo. Troppi ne rinnegano l'utilità, condizionati da un modello mentale e professionale che prevede scarsa propensione all'aggiornamento ed alla cultura.

Invece gli ECM sono serviti, di certo non come dovevano o potevano, ma sono serviti. Non sono esenti da difetti, ma hanno dato un grosso

contributo a smuovere un po' di quella ruggine che si era accumulata da tanti anni di mancato aggiornamento professionale e scientifico.

L'ottico-optometrista, limitato da una Legge che risale al 1928, ovviamente anacronistica ed inadeguata ma per fortuna esistente, deve ricostruire la propria identità ed il proprio ruolo sociale scoprendo e valorizzando tutti quegli aspetti non commerciali da troppi trascurati ma che daranno vigore ed ottimismo alle future generazioni.

La contattologia, per esempio, offre ancora molto spazio a chi la vuole affrontare in modo approfondito. L'educazione ad una corretta abitudine ed igiene visiva rivolta a milioni di bambini ed adolescenti e il ruolo della funzione visiva nell'apprendimento offrono collaborazioni scolastiche di grande ritorno sociale, la correlazione fra visione e postura apre prospettive didattiche e professionali inesplorate.

Pensiamo bene. L'ottico-optometrista sta trascurando la parte più bella e quella con più futuro della propria professione: quella di operatore sanitario, che la Legge in vigore gli ha garantito fino ad oggi, che il Ministero gli ha concesso e che una nuova auspicabile Legge dovrà ampliare.

Vittorio Roncagli; Fabio Andriola