

IUSVE*Education*

RIVISTA INTERDISCIPLINARE DELL'EDUCAZIONE



Atti del Convegno
annuale di studio

Abitare il futuro

Nuove prospettive
per uno sviluppo
equo e sostenibile

IUSV*Education*

RIVISTA INTERDISCIPLINARE DELL'EDUCAZIONE

DIRETTORE RESPONSABILE:

Riccardo Michielan, SDB Padova

DIRETTORE SCIENTIFICO:

Roberto Albarea, IUSVE

REDAZIONE:

Giovanna Bandiera, Dipartimento Comunicazione IUSVE

Fabio Benatti, Dipartimento Psicologia IUSVE

Lorenzo Biagi, Dipartimento Pedagogia IUSVE

Loredana Crestoni, ISRE Verona

Mariano Diotto, Dipartimento Comunicazione IUSVE

Nicola Giacopini, Dipartimento Psicologia IUSVE

Michele Marchetto, Dipartimento di Comunicazione e Psicologia IUSVE

Cristiana Pauletti, ISRE Verona

Greta Ruffino, Comunicazione integrata IUSVE

Vincenzo Salerno, Dipartimento Pedagogia IUSVE

SEGRETERIA DI REDAZIONE:

Paola Ottolini, ISRE Verona

COMITATO SCIENTIFICO:

Anna Maria Ajello, Università di Roma "La Sapienza"

Walter Cusinato, Segretaria Generale ISRE

Olga Bombardelli, Università di Trento

Lucio Cottini, Università di Udine

Cristiano Dalpozzo, IUSVE

Sabino De Juan, CES-Don Bosco Madrid

Paolo Gambini, UPS Roma

Carlo Nanni, UPS Roma

Annalisa Oppo, IULM Milano

Michele Pellerrey, UPS Roma

Arduino Salatin, IUSVE

CONCEPT:

Giovanna Bandiera, Coordinatrice dipartimento Comunicazione IUSVE

GRAPHIC DESIGN:

Comunicazione integrata IUSVE

Immagini di:

Raul Betti, Greta Ruffino, Marco Tescari

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Roberto Albarea, Università degli Studi di Udine e IUSVE

Letizia Moratti, Fondazione San Patrignano

Franca Olivetti Manoukian, Studio APS - Studio di Analisi Psicosociologica

Francesco Pira, Università di Messina e IUSVE

SOMMARIO

- 04 **EDITORIALE**
Roberto Albarea, IUSVE e Università degli Studi di Udine
- 09 **/INTERVENTI**
- 10 **Economia positiva: nuovi sviluppi per le generazioni future**
Letizia Moratti – Fondazione San Patrignano e Task Force Finanza Sociale G8
- 22 **Quale psicologia per una vita equa e sostenibile**
Franca Olivetti Manoukian – Studio APS – Milano
- 34 **Sostenibilità in educazione: uno stile personale ed educativo**
Roberto Albarea – IUSVE e Università degli Studi di Udine
- 44 **Comunicazione e sviluppo sostenibile**
Francesco Pira – IUSVE e Università degli Studi di Messina
- 55 **/WORKSHOP**
- 56 **Sviluppo sostenibile: ecomafie e reati ambientali**
- 65 **Creatività per la vita quotidiana in un mondo complesso**
- 70 **Il fattore X nella società ipermoderna**
- 75 **Sostenibilità, agricoltura sociale ed effetti "educativi"**
- 80 **Le dimensioni della sostenibilità nella gestione delle risorse collettive**
- 84 **Quando il conflitto diventa risorsa. L'esperienza della cooperativa *Servire***
- 90 **Perché c'è bisogno di cambiare stili di vita**
- 94 **Un nuovo umanesimo urbano**
- 102 **Identità dinamiche: il brand per il futuro**
- 106 **L'alleanza tra reti digitali e comunità per un'economia dell'uomo**
- 111 **I linguaggi comunicativi dei mercati internazionali: l'altro geografico**
- 118 **L'ecosostenibilità come vantaggio competitivo di marketing**
- 123 **Alimentazione, scienza sussidiaria**



EDITORIALE

Roberto Albarea

La dimensione della sostenibilità, a partire dal Rapporto Burtland del 1987 (Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo) sino alle decisive affermazioni del *Wuppertal Institut*, è diventata un segnale di futuro per l'umanità: volenti o nolenti ognuno di noi, singole persone, istituzioni, organismi internazionali, movimenti di opinione, dovrà confrontarsi con essa.

A sua volta, L'EXPO 2015, dedicato al tema *Nutrire il pianeta. Energia per la vita*, rappresenta per l'Italia un appuntamento di grande significato dal punto di vista non solo economico, di rilevanza sociale e culturale, collocandosi lungo questa direzione.

Per questo motivo al Convegno annuale 2014 dello IUSVE, si è scelto di privilegiare tale tema, che si è declinato nel titolo: *Abitare il futuro. Nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile*.

Lo IUSVE, in coerenza con il proprio progetto culturale, ritiene che tale occasione sia proficua anche per offrire ai propri studenti, ai propri docenti e alle comunità del Nordest un momento di riflessione e confronto sui nuovi paradigmi dello 'sviluppo umano'. Del resto è la stessa Congregazione Salesiana a ribadire che l'ambito universitario risponde ad un compito ed impegno ecclesiale: la Chiesa, 'esperta in umanità', va incontro all'uomo e alla donna attraverso l'Università per dare spazio ad un dialogo culturale, scientifico, tecnico, educativo e professionale che promuova la dignità della persona umana, la solidarietà, la giustizia e lo sviluppo equo. Come ha affermato il preside dello IUSVE Arduino Salatin, nella presentazione al convegno, si tratta di un lavoro di educazione in profondità, promuovendo una sorta di «coralità maieutica», citando Danilo Dolci.

Partendo da questo quadro di riferimento, i temi della 'sostenibilità' e dello 'sviluppo equo' vanno intesi come equilibrio/armonia tra la persona (con i suoi diritti e doveri), la società e la cultura di riferimento, con le altre società e culture (multiculturalismo/cooperazione) e con l'ambiente naturale (dimensione ecologica).

In tale prospettiva, il convegno *Abitare il futuro. Nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile* intende discutere nella sua sessione plenaria alcuni nodi fondativi di un nuovo possibile scenario economico (*positive economy*), in cui le istanze antropologiche, educative e sociali ispirate al rispetto della persona e della natura siano assunte come basi a servizio del futuro delle giovani generazioni. Dice la versione italiana del *Wuppertal Institut* (edito dalla Emi di Bologna) che: «una persona è ricca nel numero di cose che può concedersi di lasciar stare». Questa affermazione ha numerose implicazioni ed apre ad orizzonti culturali, etici, politici, economici e comportamentali non indifferenti.

In sede IUSVE, l'intento è stato quello di rintracciare, a livello dei tre Dipartimenti (Comunicazione, Pedagogia, Psicologia) di cui è composto l'Istituto, le ripercussioni e le risonanze che tale problematica ha sull'attività didattica, formativa e di ricerca dei tre Dipartimenti, declinandola nei vari contesti di testimonianza e di intervento. Senza voler essere ovviamente esaustivi, tale impostazione si deduce dalle comunicazioni del mattino e dai gruppi di lavoro che si sono svolti al pomeriggio, con folta partecipazione degli studenti IUSVE.

Si tracciano qui alcuni nuclei di riflessione e di azione che sono emersi nel corso dei lavori del convegno, rinviando il lettore ai testi completi presenti in questo numero di *IUSVEducation*.

L'intervento di Letizia Moratti, *'Economia positiva'. Nuovo sviluppo per le generazioni future*, ha tracciato una panoramica delle iniziative in atto, a livello europeo, per ciò che concerne la ricerca e l'implementazione di innovativi percorsi di produzione e di creazione della ricchezza. In un contesto di diverso modello di sviluppo economico denominato, appunto, «economia positiva» o «economia sociale di mercato», in cui vengono coinvolti i singoli Stati, le imprese, la finanza e il cosiddetto Terzo settore. Nuovi paradigmi emergono in tali proposte: la revisione degli indicatori di sviluppo, il concetto di lungo periodo, la prassi del microcredito che favorisce la coesione

sociale, una visione degli investimenti che si preoccupa del loro impatto sul territorio e sulle comunità. Tutto ciò diventa esempio fattivo e reale se a livello degli organismi europei e nazionali ci sono progetti e condizioni legislative che permettono questo tipo di azioni e allo stesso tempo promuovono una cultura del bene comune, che poi non è altro che una rinnovata dimensione della cittadinanza. Viene citata, insieme ad altri riferimenti, la Dichiarazione di Strasburgo e il lavoro della *Task Force* del G8, ma soprattutto si sottolinea come tale via possa essere una risposta equa e sostenibile alle sfide della crisi attuale, finanziaria e non solo tale. Ciò implica una sensibilità diversa a livello di impresa (imprese profit e imprese con finalità sociali) e una riscoperta del valore del lavoro, al servizio dell'uomo e della collettività in cui non viene escluso il guadagno, legittimo, ma questo viene valutato e soppesato in rapporto ad altre variabili, come i risultati del processo e dell'azione intrapresa e un'incidenza sociale di ampio respiro.

Gli interventi relativi agli sguardi disciplinari dei tre Dipartimenti dello IUSVE si sono succeduti alla relazione della *Keynote speaker*, ben coordinati dalla giornalista RAI Maria Pia Zorzi, e hanno fornito ulteriori approfondimenti, secondo la propria prospettiva interpretativa.

Franca Olivetti Manoukian, psicosociologa dello Studio APS di Milano, nella sua puntuale riflessione dal titolo *Quale psicologia per una vita equa e sostenibile*, all'inizio espone alcune considerazioni su che tipo di risposte gli aggettivi 'equo' e 'sostenibile' tendono a produrre nell'esercizio della complessa e variegata vita contemporanea. La relatrice fa emergere gli aspetti contraddittori e dialettici che la caratterizzano: risorse e vincoli sono sempre più interconnessi, insicurezze ed esigenze di assicurazione sono in parallelo, benessere e malessere si intrecciano, sia a livello individuale che a livello collettivo, come viene evidenziato in alcuni esempi riportati e tratti dall'esperienza professionale. In tali contesti i contributi della psicologia possono essere molteplici, indirizzati alla ricerca e alla formazione a livello istituzionale e alla pratica terapeutica. Tuttavia, accanto ai risultati positivi cui si è pervenuti grazie all'espandersi delle conoscenze psicologiche, alcuni dubbi esistono e si sintetizzano nella domanda: «la psicologia ha contribuito a costruire contesti sociali di vita equa e sostenibile?». Rispetto alle fratture esistenti, ecco allora la proposta: la necessità di ricomporre, gradualmente e in modo pertinente e sostenibile (perché le consapevolezze culturali sono lente da acquisire) le varie parti di un evento, di un processo, per dare vita a nuove rappresentazioni e criteri interpretativi che tengano conto del contesto, presente e passato, in cui si è verificato l'evento. Una collaborazione fra esperti che si traduce in elaborazioni dialogate.

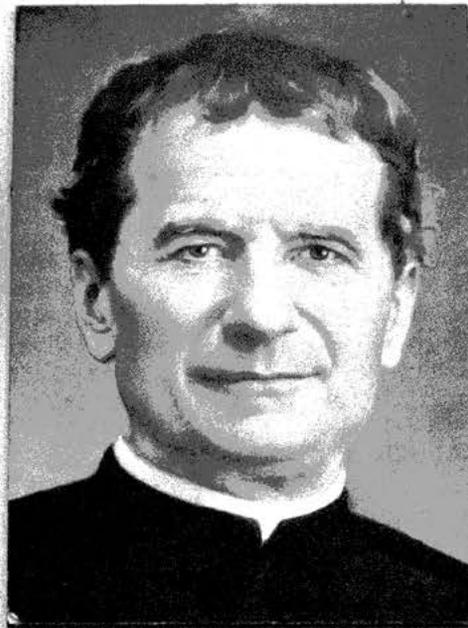
Roberto Albarea, dello IUSVE e dell'Università di Udine, nella sua esposizione (*Sostenibilità in educazione: uno stile personale ed educativo*) ha affermato come la sostenibilità sia un criterio e una dimensione trasversale, che si applica sia al concetto di sviluppo sostenibile sia a quello di società sostenibile, declinandosi nella sostenibilità interiore ed esteriore. Citando Papa Francesco, il relatore sottolinea come il discernimento, derivato dalla pratica ignaziana, sia un esempio di sostenibilità interiore ed esteriore: «non essere ristretti dallo spazio più grande, ma essere in grado di stare nello spazio più ristretto». Accanto al paradigma della complessità, nato nell'alveo della Modernità, la sostenibilità emerge come paradigma della postmodernità, o *Late Modernity*. Ambedue tali paradigmi sono intimamente connessi perché, se si vuole una possibilità di futuro per tutti, gli eventi complessi della contemporaneità vanno interpretati e gestiti secondo una visione sostenibile, la quale sottolinea la potenzialità dei limiti. Da qui le caratteristiche della relazione educativa, interpersonale e comunicativa che apre a margini di autonomia autoregolati e porta ad una educazione alle scelte e alla attenta considerazione delle conseguenze degli atti che si compiono, anche quotidianamente, nella vita di ciascuno. L'intervento si è concluso con la elencazione particolareggiata delle componenti o qualità che sostanziano uno stile educativo personale sostenibile. Francesco Pira, docente dello IUSVE, nel suo intervento *Comunicazione e sviluppo sostenibile*, ha affermato come la comunicazione sia il fondamento dell'agire sociale, e quindi rechi con sé responsabilità profondamente educative. Ma la comunicazione ambientale, al pari di altri ambiti di comunicazione, di carattere sociale e non solo, sta scontando attualmente il limite della mancanza di una visione strategica e di una conseguente incapacità di dare vita ad un percorso coerente, creando così percezioni contraddittorie. Da qui la necessità di rendere operativo il diritto all'informazione ambientale inserendosi in quella trasformazione della



relazione tra Pubblica Amministrazione e cittadini che porta alla maturazione e all'esercizio di cittadinanza attiva. Essa implica, ovviamente, una attenta considerazione del linguaggio e l'uso di tecnologie che garantiscano approcci comunicativi migliori, ma non ci si può fermare a questo. Ci sarà bisogno di un processo continuo di *monitoring* e, soprattutto, occorrerà puntare sullo sviluppo di conoscenze e di presa di coscienza, mantenendo continuità di pensiero, un filo conduttore della memoria e della scoperta, comprensione della complessità degli eventi. Significa fare del territorio (quello micro come quello macro) il soggetto e l'oggetto della comunicazione, in modo da diffondere condivisione e senso di appartenenza ad un comune destino. Ecco allora che il compito, cui non può sottrarsi la comunicazione ambientale, è quello di arrivare ad essere cittadini del pianeta. Significa passare dall'essere merce e consumatori ad essere cittadini sostenibili, includendo certamente compiti di salvaguardia ambientale ma con l'intento di approdare ad una dimensione più vasta che punta ad un rinnovato modello di sviluppo e ad una diversa idea di cultura. La sfida del futuro, ha detto il relatore, può essere vinta solo nella misura in cui la viralità della conoscenza riuscirà a sopraffare il mare dell'ignoranza e delle false convinzioni. Numerosi e puntuali gli interventi dei partecipanti, in massima parte docenti, studenti e corsisti dello IUSVE, che hanno permesso ai relatori di entrare in rapporto con gli interrogativi posti e hanno arricchito la discussione. In particolare Nicola Giacomini, vicepresidente dell'Istituto e direttore del Dipartimento di Psicologia, ha rilevato come anche la scelta etica sia una condizione trasversale a tutti i settori disciplinari, superando la separazione tra *Soft Sciences* e *Hard Sciences*, in quanto ogni settore della ricerca e della conoscenza ha come fine di esprimere e di potenziare l'umanità presente in ciascuno di noi.

La seconda parte del convegno ha visto la costituzione di workshop che, come si evince dalla lettura di questo numero della rivista, testimonia la pertinenza, l'articolazione e la vivacità delle tematiche dibattute, permettendo così ai partecipanti, coordinati da un docente IUSVE, di avanzare osservazioni, critiche, progetti, proposte in modo più circoscritto e più aperto. Tale modalità ha permesso di redigere un *report* sufficientemente dettagliato che è stato compilato da un verbalizzatore presente in ogni workshop. I lavori dei tredici gruppi di sono svolti focalizzandosi sulle seguenti tematiche: 'Sviluppo sostenibile, ecomafie e reati ambientali', 'Creatività per la vita quotidiana in un mondo complesso', 'Il fattore X nella società ipermoderna', 'Sostenibilità, agricoltura sociale ed effetti educativi', 'Le dimensioni della sostenibilità nella gestione delle risorse collettive', 'Quando il conflitto diventa risorsa. L'esperienza della cooperativa *Servire*', 'Perché c'è bisogno di cambiare stili di vita', 'Un nuovo umanesimo urbano', 'Identità dinamiche: il brand del futuro', 'L'alleanza tra reti digitali e comunità per un'economia dell'uomo', 'I linguaggi comunicativi dei mercati internazionali: l'altro geografico', 'L'ecosostenibilità come vantaggio competitivo di marketing' e 'Alimentazione, scienza sussidiaria'.

Un panorama che ha visto in reciproca interrelazione motivi propri del versante economico, urgenze sociali contemporanee, intenti e processualità educative, compiti di comunicazione, prospettive futurologiche e tensioni di equità e giustizia in un orizzonte mondialistico. Insomma un ottimo materiale per la rivista *IUSVEducation*, che ricerca una sua impostazione scientifica interdisciplinare, sorretta da motivazioni etiche e umane condivise.



IUSVE THINKS GREEN

IUSVE CONVEGNO ANNUALE DI STUDIO

Sabato 5 Aprile 2014
Campus di Mestre
DA ORE 10.00

Nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile

Programma Lavori

10.00 Apertura
10.30 **Armando Testa** **Lezioni Manenti**
11.00 **Paola Di Stefano**
11.30 **Paola Di Stefano**
12.00 **Paola Di Stefano**
12.30 **Paola Di Stefano**
13.00 **Paola Di Stefano**
13.30 **Paola Di Stefano**
14.00 **Paola Di Stefano**
14.30 **Paola Di Stefano**
15.00 **Paola Di Stefano**
15.30 **Paola Di Stefano**
16.00 **Paola Di Stefano**
16.30 **Paola Di Stefano**
17.00 **Paola Di Stefano**
17.30 **Paola Di Stefano**
18.00 **Paola Di Stefano**

Per partecipare al convegno registrarsi tramite **EVENTO**
Basta il sito **WWW.IUSVE.IT**

IUSVE università

IUSVE THINKS GREEN

IUSVE CONVEGNO ANNUALE DI STUDIO

Sabato 5 Aprile 2014
Campus di Mestre
DA ORE 10.00

Nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile

Programma Lavori

10.00 Apertura
10.30 **Armando Testa** **Lezioni Manenti**
11.00 **Paola Di Stefano**
11.30 **Paola Di Stefano**
12.00 **Paola Di Stefano**
12.30 **Paola Di Stefano**
13.00 **Paola Di Stefano**
13.30 **Paola Di Stefano**
14.00 **Paola Di Stefano**
14.30 **Paola Di Stefano**
15.00 **Paola Di Stefano**
15.30 **Paola Di Stefano**
16.00 **Paola Di Stefano**
16.30 **Paola Di Stefano**
17.00 **Paola Di Stefano**
17.30 **Paola Di Stefano**
18.00 **Paola Di Stefano**

Per partecipare al convegno registrarsi tramite **EVENTO**
Basta il sito **WWW.IUSVE.IT**

IUSVE università





PROGRAMMA DELLA MATTINATA

9.30

Saluti e introduzione da parte delle autorità IUSVE

10.00

Economia positiva nuovi sviluppi per le generazioni future

Letizia Moratti – Fondazione San Patrignano e Task Force Finanza Sociale G8

11.00

Interventi

Moderatrice Maria Pia Zorzi

Quale psicologia per una vita equa e sostenibile

Franca Olivetti Manoukian – Studio APS – Milano

Sostenibilità in educazione: uno stile personale ed educativo

Roberto Albarea – IUSVE e Università degli Studi di Udine

Comunicazione e sviluppo sostenibile

Francesco Pira – IUSVE e Università degli Studi di Messina e IUSVE



ECONOMIA POSITIVA: NUOVI SVILUPPI PER LE GENERAZIONI FUTURE

Letizia Moratti

LETIZIA MORATTI

Cofondatrice della Fondazione San Patrignano e componente della Task Force sulla Finanza Sociale G8

Il contributo traccia una panoramica delle iniziative in atto a livello europeo per ciò che concerne la ricerca e l'implementazione di innovativi percorsi di produzione e di creazione della ricchezza, in un contesto di diverso modello di sviluppo economico denominato, appunto, «economia positiva» o «economia sociale di mercato», in cui vengono coinvolti i singoli Stati, le imprese, la finanza e il cosiddetto Terzo settore.

Nuovi paradigmi emergono in tali proposte: la revisione degli indicatori di sviluppo, il concetto di lungo periodo, la prassi del microcredito che favorisce la coesione sociale, una visione degli investimenti che si preoccupa del loro impatto sul territorio e sulle comunità.

Tutto ciò diventa esempio fattivo e reale se a livello degli organismi europei e nazionali ci sono progetti e condizioni legislative che permettono questo tipo di azioni e allo stesso tempo promuovono una cultura del bene comune.

This contribution presents an outline on the initiatives at European level about the research and the implementation of innovative production processes regarding the creation of wealth in the context of a new development economic model, which is called «positive economy» or «market social economy».

In this view, States, national and international enterprises, finance and the so called Third sector are involved. New paradigms emerge: the revision of development indicators, the concept of long-term period, the micro-credit praxis fostering social cohesion, a conception of investments which takes into account of the impact on the social context and on the community/ies.

All this becomes concrete and real example if, at European and National level, there are projects and legal conditions which allow this type of actions and, at the same time, promote a Good Common culture.

¹ Il presente testo è la versione scritta della registrazione effettuata durante il convegno. Il testo è stato revisionato ed approvato dalla relatrice, Letizia Moratti. Si ringrazia Marina Rubenda Buson della gentile disponibilità a stendere per iscritto la registrazione.



Foto
Letizia Moratti



IUSVE CONVEGNO ANNUALE DI STUDIO

Sabato 5 Aprile 2014
Campus di Mestre
VIA DEI SALESIANI 15

**Nuove prospettive
per uno sviluppo
equo e sostenibile**

L'EXPO 2015 dedicata al tema "Nutrire il pianeta. Energia per la vita" rappresenta per l'Italia un appuntamento di grande significato dal punto di vista non solo economico, ma soprattutto sociale e culturale. Lo IUSVE, in coerenza con il proprio progetto culturale, ritiene che tale occasione sia proficua anche per offrire ai propri studenti, ai propri docenti e alle comunità del Nordest un momento di riflessione e confronto sui nuovi paradigmi dello sviluppo umano.

Programma lavori

09:30 *Saluti e benvenuto*
Arieno Salario, Preside IUSVE

10:00 *Introduzione*
Nicola Gracioso, Direttore Dipartimento di Psicologia IUSVE

10:00 - 10:45 *Keynote speaker Letizia Moratti*
Fondazione San Piatigiano e task force sulla finanza sociale GS
ECONOMIA POSITIVA E NUOVI SVILUPPI PER
LE GENERAZIONI FUTURE

11:00 - 12:30 *Punti di vista*
Franca Olivetti Mombianini, Psicopsicologa - Studio APS, Milano
QUALI PSICOLOGIA PER UNA VITA EQUA E SOSTENIBILE
Roberto Albarea, IUSVE
SOSTENIBILITÀ IN EDUCAZIONE
Francesco Pisa, IUSVE
COMUNICAZIONE E SVILUPPO SOSTENIBILE
Moderata: Maria Pia Zerai, Giornalista RAI



Nuovo sviluppo per le generazioni future¹

Grazie, grazie dell'invito. Grazie al professor Salatin ed allo IUSVE per l'invito di oggi. Grazie soprattutto a voi ragazzi per essere qui, questa mattina a condividere qualche riflessione sul tema dell'economia positiva.

Perché parlare di economia positiva? Io credo che sia più che necessario perché, se andiamo a vedere quello che è successo dal 2008, ci rendiamo conto che stiamo vivendo in una crisi, che è veramente una crisi strutturale, una crisi profonda. Non stiamo vivendo un'epoca di cambiamenti ma, a mio avviso, stiamo vivendo un cambiamento d'epoca vero e proprio. Partiamo allora da questa crisi finanziaria e vediamo la portata e l'incidenza sull'economia reale. Pensate che le transazioni monetarie hanno superato di cinquanta volte lo scambio delle merci, quindi, 'carta che girava'. Quindi non più beni reali, ma carta ... e carta non buona, tra l'altro, perché da lì in poi si sono create tutte le criticità che abbiamo visto.

I prodotti prudenziali finanziari dal 2003 al 2006 sono scesi dal 65% al 25%, con una contrazione di quaranta punti percentuali, mentre i prodotti a rischio sono saliti dal 19% al 55%. Quindi una finanza completamente stravolta, non più una finanza al servizio dell'economia ma al servizio di se stessa e comunque estremamente rischiosa. Questa finanza, cattiva, ha ovviamente, trascinato anche l'economia reale in una spirale che ha creato recessione e disoccupazione.

L'Organizzazione Mondiale del Lavoro dice che il tasso di occupazione oggi è un punto percentuale sotto quello che era il tasso di occupazione pre-crisi, e quindi siamo al 55,7% e da qui al 2018 purtroppo dobbiamo sapere che avremo circa due milioni e mezzo di disoccupati in più all'anno.

Il professor Salatin citava Einstein, il quale diceva che non si può uscire da una certa situazione che ha creato problemi, di qualsiasi tipo essi siano, se si agisce con gli stessi strumenti e le stesse metodologie che hanno portato, appunto, alle criticità. Questo assunto si applica anche al mondo dell'economia e del sociale.

Per questo, credo, siamo tutti chiamati a ripensare il nostro modello economico e il nostro modello sociale e con tutti intendo gli Stati, le imprese, la finanza e anche quello che viene chiamato il terzo settore, quel settore che sempre più partecipa a risolvere i problemi che in questo momento sono meno risolti dallo Stato, perché purtroppo gli Stati hanno sempre meno risorse da destinare al welfare.

Allora, vediamo che cos'è, come si può definire questa economia positiva e vediamo quali sono gli esempi di essa.

C'è un movimento interessante che ha creato Jacques Attali in Francia che si chiama *Mouvement pour l'économie positive* (Movimento per l'economia positiva). Su cosa si basa questo movimento? Si basa essenzialmente su due grandi capitoli: un capitolo macro e un capitolo micro.

Nel capitolo macro Jaques Attali – che ovviamente non è l'unico perché ci sono studi che risalgono al 1990 – sostiene la necessità di rivedere gli indicatori macro e di andare oltre il PIL. Questi studi, per cercare di andare oltre al PIL che misura solo la ricchezza, sono studi che in realtà sono già nati alle Nazioni Unite nel 1990 e poi hanno avuto una serie di studiosi importanti, fra gli altri cito Michael Porter con lo studio bellissimo su *sharing values*. Diciamo però che, per ora, sono studi non ancora incorporati nelle politiche di governo, né a livello di singoli Stati, né a livello di Unione Europea né di Nazioni Unite, né a livello di G8, ecc. Quindi, l'idea di andare oltre gli indicatori economici è sicuramente un'idea importante all'interno del movimento per l'economia positiva.

Secondo elemento importante e interessante per il movimento di Jaques Attali, è il concetto di incorporare negli indicatori aziendali, in questo caso a livello micro, il concetto di lungo periodo. Vale a dire, fare in modo che le imprese e le aziende non siano schiave delle trimestrali quando devono presentare i dati in borsa o quando devono chiedere finanziamenti perché, ovviamente, essere schiavi del breve periodo significa non investire per progetti che invece hanno un orizzonte temporale medio-lungo. Credo che anche questo sia, sebbene solo a livello di studio per il momento, un elemento importante nel definire un nuovo modello economico che, appunto, tenga conto di indicatori diversi rispetto a quelli attuali. Questo movimento indubbiamente sta

Ripensare il nostro
modello economico e
sociale

mostrando la capacità di svilupparsi e di diffondersi e già si incominciano a intravedere primi elementi positivi e che ci debba essere un superamento da parte dell'impresa nel concepire il profitto come unico obiettivo.

Ci sono degli esempi interessanti ma, per vedere come si sta evolvendo il contesto e siccome molti di voi studiano anche scienze della comunicazione, vediamo un paio di video che ci raccontano, ci dicono come sta evolvendo anche la comunicazione delle imprese su questi temi della solidarietà. Credo che questi video ci mostrino come le imprese, forse quelle più evolute, stanno ripensando le loro modalità di comunicazione. Tuttavia non è solo un fatto di comunicazione (molti di voi li avranno anche visti sui *social network* e hanno un numero di visualizzazioni altissime). C'è una sensibilità a livello generale e sta nascendo anche una nuova sensibilità a livello di impresa. L'anima imprenditoriale non può e non deve essere solo vista come tesa al profitto, ma orientata a creare quella realizzazione personale, professionale che sta alla base di una società che si pone l'obiettivo della coesione sociale. Rispetto alla concezione del lavoro, ci sono esempi di imprese (ne cito una, per esempio, Danone) che hanno già lanciato dei fondi di impatto sociale; Danone ne ha lanciato uno proprio sul tema della malnutrizione e quindi, mi auguro, che questi esempi vengano poi portati come esempi positivi nell'ambito dell'EXPO, perché il senso originario di tale evento era quello di confrontarsi e di fare in modo che gli esempi positivi potessero diffondersi. Danone ha lanciato un altro fondo sulla sostenibilità ambientale: quindi si tratta di un'impresa, di una multinazionale quotata che deve rendere conto ma che ha questo tipo di sensibilità. Ripeto, come Danone ce ne sono altre, e quindi ciò che in questo momento bisogna fare è creare un ecosistema favorevole affinché tutte le imprese possano arrivare a sentire come proprio, oltre alla missione del profitto, anche quella di contribuire al benessere sociale, collettivo. Una risposta al tema della crisi può venire sicuramente anche da quelle che sono chiamate imprese sociali. Le imprese sociali sono quelle imprese che raggruppano, in senso ampio, anche tutto il settore delle cooperative, delle ONG; raggruppano tutto quel mondo che ha sicuramente anche un obiettivo di profitto ma che non ha il profitto come obiettivo principale della propria missione. Pensate che in Europa le imprese sociali danno lavoro ad 11 milioni di persone e rappresentano il 10% del PIL. Nel nostro Paese un po' meno: il 4% del PIL, 680 mila dipendenti e 4,7 milioni di volontari. Comunque è un settore che, a mio avviso, un po' in maniera sbagliata viene chiamato Terzo settore: per me è il primo, e sicuramente le imprese sociali hanno questo obiettivo, possono dare un contributo grandissimo perché si pongono come missione quella di avere un impatto sociale positivo e quindi di risolvere problemi sociali.

Vediamo l'Europa cosa sta facendo e poi qualche esempio a livello di singoli Paesi. In Europa si sta lavorando in questo senso; in Europa non la si chiama economia positiva, ma poco cambia, si chiama economia sociale di mercato, quindi un'economia che reintroduce nella propria missione la dimensione sociale. Recentemente a Strasburgo è stata firmata una dichiarazione importante. Prima di parlarvi della dichiarazione, voglio farvi vedere l'ultimo filmato, e poi vediamo perché questa dichiarazione che è stata firmata a Strasburgo è una dichiarazione così rilevante. Allora, quello che avete visto nel filmato si riferisce ad un'isola del Pacifico, grande più o meno come la Giamaica. È un'isola fatta di plastica dove tutta la plastica e tutti i rifiuti che non riescono ad essere smaltiti vengono qui accatastati, con i risultati che avete visto. Quindi, con una moria di uccelli che è drammatica, incontrollabile e comunque inconcepibile. Ecco, non credo che noi vogliamo un mondo così! Allora, torno alla Dichiarazione di Strasburgo.

La Dichiarazione di Strasburgo impegna tutti gli Stati europei a reinventare il modello economico e sociale per una crescita più equa, 'più verde', radicata nei territori, un modello che valorizzi la coesione sociale come autentica forma di benessere collettivo. Ecco, vedete, da un lato abbiamo delle evidenze, purtroppo, drammatiche dall'altro, invece, abbiamo esempi positivi che stanno emergendo e ci sono istituzioni come l'Europa che si stanno impegnando anche con fondi importanti. I fondi europei, dal 2014 al 2020, sono dedicati in buona parte proprio alle imprese sociali o a strumenti finanziari come i fondi d'impatto sociale o a strumenti come il microcredito che sicuramente è uno strumento che aiuta la coesione sociale, attraverso lo sviluppo di *start up* anche di tipo sociale.

Quindi, con l'Europa che si sta muovendo in questa direzione, vediamo brevemente come si

L'anima imprenditoriale non può e non deve essere solo vista come tesa al profitto

Economia sociale di mercato



*Cosa sta facendo la
task force del G8*

stanno muovendo i singoli Paesi e che cosa sta facendo la *task force* del G8. Tra l'altro, ci sono dei Paesi uditori: ad esempio c'è Israele come Paese uditore e ce ne sono altri. Quindi diciamo che c'è una *task force* che sta lavorando su questi temi della finanza sociale.

Gli esempi più interessanti vengono in realtà dal mondo anglosassone perché probabilmente lì lo Stato è sempre stato abituato a non erogare direttamente i servizi ma a farlo in collaborazione con il privato sociale, con le imprese, le grandi fondazioni di filantropia: quindi diciamo che c'è una cultura che è favorevole ad una integrazione, ad una collaborazione pubblico/privato, profit/non profit che io mi auguro sia anche il nostro futuro. Dicevo, gli esempi più interessanti sono in UK: sotto la spinta del premier Cameron è nata nel giugno scorso la *task force* del G8, e sono nate anche altre iniziative.

Per esempio, è nata la prima borsa sociale europea, il *social stock exchange*, una piattaforma tecnologica che ad oggi conta già ventidue matricole: ci sono imprese che si occupano di salute, altre che si occupano dell'ambiente, altre ancora che si occupano di giovani artisti, quindi una gamma ampia di imprese sociali quotate. Questo significa che gli investitori credono in queste imprese anche se il ritorno dell'investimento non è elevato, come lo è ovviamente con gli investimenti 'normali'.

Social Impact Bond

Un altro esempio molto interessante, nato in UK, e quasi parallelamente negli Stati Uniti, è quello dei *Social Impact Bond*. I *Social Impact Bond* non sono delle vere e proprie obbligazioni, sono dei bond emessi dallo Stato locale o centrale, collocati da investitori normalmente istituzionali e hanno come obiettivo quello di risolvere problemi sociali. Valutando i risultati, si desume come questa via sia una situazione vincente per tutti. Faccio l'esempio di uno dei primi *Social Bond*, che è forse uno dei più famosi, il *Social Bond* di Peterborough in UK: in quel caso l'emissione era finalizzata all'abbassamento della recidiva per i giovani ex carcerati. Tale emissione, partita dal governo centrale, in quel caso dal Ministero della Giustizia, collocata da *Social Finance* che è l'intermediario finanziario inglese, aveva la prospettiva di dare un ritorno agli investitori qualora la recidiva si fosse abbassata, o si dovesse abbassare del 7,5%; (perché il bond è ancora aperto). I giovani coinvolti sono circa 2.000, cioè i ragazzi che stanno facendo il programma. Se il programma avrà successo i giovani coinvolti ci guadagnano perché vengono formati, viene trovato loro un lavoro, una casa e quindi c'è un impatto sociale positivo. Gli investitori guadagnano anche loro perché hanno un ritorno economico rispetto al loro investimento che è basato sul calcolo del risparmio dello Stato. Quindi è una situazione dalla quale tutti hanno un vantaggio.

*Risolvere problemi
sociali*

Questi *Social Impact Bond* si stanno sviluppando in molti Paesi. L'ultimo per esempio è stato emesso negli Stati Uniti a seguito del progetto federale lanciato dal presidente Obama nel 2011, che ha promosso bandi presso tutti gli Stati dell'Unione. Il bando principale è stato vinto dal governatore dello Stato di New York, Andrew Cuomo, sempre sul tema dei carcerati, anche se i *Social Impact Bond* coprono problematiche molto diverse. Il bando è stato vinto dal governatore Cuomo e piazzato da una banca che è Merrill Lynch.

Quindi, diciamo che le grandi banche si stanno inserendo in questo settore e stanno capendo che questo è un settore che dà vantaggi sociali e torna qui il concetto di imprese che si stanno riorientando a capire che nell'ambito della loro missione devono inserire un principio di bene collettivo. Merrill Lynch non è l'unica: ad esempio, Goldman Sachs ha fatto un altro bond per la città di New York. Ci sono tante altre banche che si stanno orientando a capire che questo loro investimento è sicuramente di lungo periodo, forse non darà i ritorni che danno gli altri investimenti, però è importante perché contribuisce al bene collettivo; ricordiamoci che viviamo in una casa comune in cui alla fine i nostri problemi, come si diceva prima, sono problemi di tutti. Non tendiamo a pensare che un problema, perché distante, non sia un problema nostro, ormai il mondo, il nostro mondo, sta diventando piccolo per lo sviluppo demografico, quindi il concetto di preoccuparci anche di chi ci sembra più lontano credo debba entrare a far parte della nostra filosofia di vita.

*Non tendiamo a
pensare che un
problema, perché
distante, non sia un
problema nostro*

Visti questi esempi, vediamo brevemente per concludere che cosa stiamo facendo in Italia. Allora, in Italia, punto importantissimo, il Presidente del Consiglio Matteo Renzi ha lanciato due settimane fa un fondo di 500 milioni di euro per le imprese sociali, per quelle imprese che per l'appunto hanno un impatto sociale positivo, come obiettivo prioritario. Perché è chiaro che

un'impresa che crea occupazione ha ovviamente un impatto positivo, perché è la creazione di posti di lavoro, che è sicuramente importantissima: però alle imprese sociali si chiede qualche cosa di più, di avere come prioritario l'obiettivo sociale.

Quindi, importante il fondo del presidente Renzi, ma anche altri strumenti come il microcredito che si sta sviluppando a fatica perché i decreti attuativi non sono ancora in vigore. Pensate che in Francia su cento imprese che nascono, dieci nascono con il microcredito. Da noi, invece, solo lo 0,8% perché mancano i decreti attuativi, mancano i fondi di garanzia nazionale, quindi abbiamo ancora un po' di lavoro e di compiti a casa da fare.

Altro strumento interessante e nel quale forse siamo all'avanguardia è il *Crowdfunding*, che può essere *Crowdfunding* sia di *equity* che di *lending*.

Quindi, una piattaforma tecnologica che mette in contatto diretto chi chiede investimenti, normalmente quasi sempre *retail*, persone fisiche o imprese, con investitori istituzionali che donano o prestano attraverso questa piattaforma tecnologica su progetti specifici.

Anche nel nostro Paese si stanno muovendo delle iniziative concrete verso questo modello che possiamo chiamare modello di economia positiva, modello di economia sociale di mercato o finanza sociale. Questo è il lavoro che viene fatto dalla *task force* G8, la quale è più orientata a capire quali siano gli ecosistemi che devono crearsi per favorire gli investimenti di finanza sociale, quali siano le mete per misurare le imprese sociali. Perché anche il terzo settore deve cambiare, deve imparare che non può solo chiedere allo Stato ma deve essere anche disponibile a misurare i propri risultati. Da ultimo occorre naturalmente definire quelle che sono, diciamo, le azioni per poter avere capitali che investono in questo settore. Questi sono gli obiettivi della *task force* alla quale stiamo lavorando. Presenteremo i risultati a Londra nel mese di giugno con un obiettivo molto ravvicinato nel tempo e molto concreto, così da evidenziare le iniziative che sono peculiari del nostro Paese.

Cito anche quelli che vengono chiamati *Charity Bond* perché anche questi comunque sono interessanti. Ci sono alcune banche, penso a banche come UBI, ma anche ad alcune banche territoriali, come Cassa di Risparmio di Rimini CARIM e Banca Prossima, che è del gruppo Banca Intesa, le quali stanno lavorando su questi strumenti. Quindi, anche nel nostro Paese ci sono strumenti, forse non ancora così evoluti come i *Social Impact Bond*.

Concludo dicendo che tutto questo è meraviglioso e bellissimo ma la cosa più importante è che si diffonda una cultura legata a questi obiettivi, a queste azioni, a questi nuovi strumenti. Quindi incontri come questo, approfondimenti come quelli che farete questa mattina con gli altri relatori, in questo pomeriggio con i vostri docenti nei workshop, e altre iniziative che sicuramente ci saranno e si svilupperanno nel nostro Paese, sono importantissime. Credo che attraverso la formazione passi la capacità di voler cambiare. Voi ne avete la possibilità, noi non so, ci stiamo provando: io dico sempre che per me questa sfida della finanza sociale, dell'economia positiva, dell'economia sociale di mercato è un po' come quella che è stata EXPO quando l'ho iniziata, quando ho fatto i miei viaggi negli oltre ottanta Paesi per poter portare a casa il voto per Milano e l'Italia. Io credo fermamente che la finanza sociale, l'economia sociale di mercato, l'economia positiva siano davvero la risposta alle sfide che abbiamo davanti, le sfide poste dalla crisi profonda che stiamo vivendo. Ritengo però che l'educazione, la formazione, l'istruzione, la cultura, rispetto a questi strumenti, siano fondamentali e per questo motivo sarei felicissima di darvi le ultime due notizie con le quali chiudo.

La prima è un invito a tutti ad esser presenti a San Patrignano durante il Forum di Jaques Attali sull'economia positiva. Il preside, professor Salatin, fa parte del comitato scientifico di questo forum che discuterà questi temi. Nell'ambito di questo forum ci saranno dei premi, tra l'altro consistenti, per finanziare, da parte di Banca Prossima, tre imprese sociali che nasceranno. Quindi io mi auguro che queste idee progettuali si sviluppino.

Poi ci sarà una fase progettuale di accompagnamento da parte del team di lavoro, da parte di San Patrignano, di Banca Prossima e di chi lavora su questi temi: per questo mi auguro che l'impresa sociale diventi non più l'idea di un lavoro residuale, perché non si trova altro, ma diventi una scelta. Tra l'altro l'Università di Trento sta dimostrando che questa è una scelta, una scelta affinché ciascuno di voi possa essere una grande e straordinaria sfida per lavorare, lavorare dando

Anche il terzo settore
deve cambiare



Creazione di valore
all'esterno dell'impresa

un senso ancora più profondo al lavoro. Il senso che il lavoro dovrebbe avere, il lavoro al servizio dell'uomo. Grazie mille e buon lavoro a tutti.

Domanda n.1: grazie, sono Francesco, faccio il Corso di Laurea Magistrale in Governance del Welfare Sociale, Dipartimento di Pedagogia, e innanzitutto la ringrazio per i buoni esempi di economia positiva. Il mio quesito è questo: Lei ha portato molti esempi dove le imprese fanno buone cose, però verso l'esterno, cioè portano fuori, finanziano; però cosa vuol dire essere impresa anche al proprio interno, impresa sociale? Per me è un quesito forte ...

Letizia Moratti: io dividerei la domanda, se lei mi permette, in imprese e imprese sociali. Allora, per quanto riguarda le imprese, è indubbio che la logica del profitto sia quella principale; quindi chiedere alle imprese di investire nel sociale è necessario a mio avviso ma in una ottica che comunque non può escludere l'obiettivo primario dell'impresa. Ci sono tantissimi esempi, io ho portato l'esempio di Danone perché mi sembrava in linea con quello che era stato presentato sull'EXPO, però ci sono molti altri esempi di imprese che anche al loro interno portano questo concetto. Per esempio, cito *Hewlett Packard* che ha un programma, un progetto bellissimo di volontariato. Tutti i dipendenti di *Hewlett Packard* sono chiamati a dare ore di volontariato al proprio interno, quindi, non solo creazione di valore all'esterno dell'impresa. Ci sono poi esempi che attengono al tema dell'impresa sociale. Allora lì sì che si deve pretendere che la *mission* sia quella di creare un impatto sociale perché, se no, non sarebbe un'impresa sociale. Purtroppo nel nostro Paese l'impresa sociale non è ancora così sviluppata perché noi abbiamo una legge, la legge 155, che delimita molto le imprese sociali. Quindi se voi andate a vedere in altri Paesi, in Inghilterra per esempio, ci sono le *Community Interest Company*. Le *Community Interest Company* sono imprese sociali che hanno come obiettivo quello di avere un impatto positivo sul loro territorio. In America ci sono le *Low Profit Company*, sono proprio imprese che hanno un doppio binario: sono imprese da un lato, sono imprese sociali da un altro, ed hanno rendimenti molto bassi, *Low Profit Company*.

Da noi la legge sulle imprese sociali è una legge che impedisce agli investitori di avere utili distribuiti, anche piccoli, e impedisce di essere rappresentati negli organi di governo. In più il perimetro dell'impresa sociale in Italia è molto limitato. Quindi, sono pochi gli ambiti in cui l'impresa sociale può lavorare.

Risultato è che (dal 2006/07) sono solo seicento le imprese sociali che si sono create nel nostro Paese. Quindi è necessaria una revisione rapida anche di questa normativa. Perché rapida? Perché i fondi sociali europei, quelli di cui ho parlato prima, non verranno ad investire in Italia se non avranno lo strumento sul quale investire. Andranno in altri Paesi e noi perderemo un'occasione. Abbiamo fatto un percorso in questi due anni che ci aveva portato abbastanza vicini a raggiungere la possibilità di modificare questa legge, poi ci sono stati i cambi di governo. Adesso però l'estensore del progetto di legge su cui abbiamo lavorato è il senatore Luigi Bobba che è diventato sottosegretario, quindi ci auguriamo che a questo punto, essendo lui firmatario della legge sulla quale abbiamo lavorato per due anni, da sottosegretario la porti avanti.

Se sarà così, avremo la possibilità di avere anche finanziamenti europei e l'impresa sociale, nell'accezione appunto più ampia, si potrà sviluppare anche nel nostro Paese. Però la sua domanda è molto giusta, anche rispetto all'organizzazione interna delle imprese. Sono tantissimi comunque gli esempi, e sempre di più a mio avviso ce ne saranno, se si riuscirà ad andare in questa direzione, a far sì cioè che gli investimenti di lungo periodo siano considerati positivamente anche dalle agenzie di *rating*.

Domanda n.2: salve, sono Matteo, sono ricercatore industriale e sono stato invitato qui al convegno. Una domanda sui *Social Impact Bond*. Una domanda per capire i vantaggi di questo sistema rispetto al sistema classico. Se, per esempio, dobbiamo fare un programma di reinserimento dei detenuti, lo Stato assume un po' di persone, dipendenti pubblici e lo fa, e trova i soldi tassando, emettendo BOT e le sue obbligazioni, stampando moneta o in qualsiasi altro modo che hanno gli Stati. Io ci vedo come minimo due svantaggi, e infatti volevo capire i vantaggi che forse li compensano. Uno svantaggio è che come minimo c'è il costo di intermediazione della banca: la *Merill Lynch* non lo fa gratis, giustamente, e poi (secondo svantaggio) si tratta di spostare il merito dallo Stato ad un'istituzione privata. Quindi, se lo Stato abolisse tutti i suoi

programmi e li finanziasse tutti così, non è che si delegittimi pesantemente lo Stato? Perché avremmo uno Stato che preleva solo tasse ai cittadini ma che non eroga servizi in prima persona, perché lo fa fare ad altri, com'è allora che vedono i cittadini tale situazione?

Letizia Moratti: grazie della sua domanda, io ritorno a quello che era stata la citazione del prof. Salatin: «Se noi pensiamo di poter continuare a lavorare con gli strumenti che abbiamo oggi di welfare, sicuramente avremo fra qualche anno un welfare che non è più sostenibile». Poiché abbiamo dei vincoli europei, quindi non possiamo sfiorare il deficit del 3%, e siccome abbiamo un debito pubblico molto alto e dobbiamo pagare degli interessi che indubbiamente ci portano ad avere un'economia che non è in fase espansiva (l'Italia è tra le economie europee una di quelle che è in fase meno espansiva), questo significa che: o si aumentano le tasse, cosa che non credo sia auspicabile da parte di nessuno, o si deve pensare a continuare a tagliare i servizi perché questo è quello che è stato fatto negli ultimi anni. I tagli lineari che erano stati fatti dai governi precedenti, ma anche la *spending review*, hanno tagliato dei servizi sociali. Vediamo che cosa si può fare in alternativa.

Io credo che non sia corretto porsi il problema del pubblico o del privato per quanto riguarda, diciamo, il soggetto erogatore del servizio; credo sia giusto andare a vedere qual è il servizio migliore possibile e qual è il costo inferiore possibile. Se prendiamo il tema dei carcerati, in questo momento il costo giornaliero di un carcerato è di 250 euro al giorno, non mi risulta che a parte alcune lodevolissime esperienze (veniva prima citato Giotto che è un'esperienza straordinaria del carcere di Padova), non mi risulta che lo Stato garantisca a tutti i carcerati un programma di reinserimento. Quindi lo Stato si limita a tenere in carcere le persone senza prevedere programmi di reinserimento educativi, formativi e lavorativi. Dove allora interviene in maniera positiva il *social bond*? Il *social bond* dice: 'Io dò la possibilità ad un ex carcerato ma anche ad un carcerato'. Adesso stiamo studiando, per esempio, un social bond, lo stiamo studiando a livello di *task force* del G8, un social bond non solo per gli ex carcerati ma addirittura per i carcerati dove intervenire dicendo: 'Io quanto risparmio come Stato? Da 250 euro posso arrivare fino a 70 euro?'. Perché questo può essere il costo che fuori dalla struttura carceraria un carcerato può avere, attraverso pene alternative in strutture dove gli viene insegnato a prendere un diploma, una qualifica, gli viene insegnato un lavoro. Alla fine, che cosa è meglio, avere uno Stato che spende 250 euro al giorno per un carcerato e non gli insegna, non gli fa acquisire un diploma, non lo forma per un lavoro, oppure avere delle strutture con le quali le carceri si possano convenzionare e nelle quali, a dei costi inferiori, si insegna a conseguire un diploma, una qualifica e si dà una possibilità di lavoro. Ecco, il *social bond* è questo. Il *social bond* interviene in quest'area e quindi lo Stato emette un bond che allo Stato stesso costa meno, perché gli costa la differenza tra 70 e 250 euro al giorno. Lei lo moltiplichiamo per il numero dei carcerati, per il numero di giorni e vede che le vengono fuori delle cifre di milioni di euro. Ecco, io credo che questa sia una risposta, una risposta migliore rispetto alla risposta delle carceri attuali in Italia.

Mi creda, io non so quante carceri ha visitato lei, io ne ho visitate parecchie. Le condizioni non sono ottimali e non è che fare delle carceri in più sia la risposta, perché comunque il carcere non è una risposta!

Noi dobbiamo dare ai ragazzi, giovani o meno, anche se hanno sbagliato, delle opportunità di crescita personale e professionale; non possiamo pensare che se hanno sbagliato, hanno sbagliato, punto e basta, e sono emarginati. Perché così facendo, veramente andiamo verso un mondo, una società che non ha più l'uomo al centro, ma il proprio interesse. Questo significa non avere problemi, perché i carcerati stanno in carcere, mentre io sto fuori e faccio i fatti miei. Non credo sia quello che noi vogliamo.

Domanda n.3 (moderatrice Maria Pia Zorzi): sull'ipotesi di guadagno di Merrill Lynch, insomma, nessuno fa niente per niente o si avrà comunque un percorso diverso?

Letizia Moratti: diciamo che i guadagni sono dei guadagni e vanno rapportati ai risultati. Io non credo che sia da demonizzare il concetto di guadagno che deve essere comunque rapportato al risultato. Se il risultato è quello di aver dato la possibilità ad un giovane di uscire dal sistema carcerario, di essere reinserito, io credo sia lecito che ci possa essere un guadagno su questo. Tra l'altro, ovviamente, un guadagno su questo tipo di iniziativa non è certamente un guadagno

Una società che non ha
più l'uomo al centro



di tipo speculativo perché sono guadagni di tipo e di entità molto limitati. Quindi io penso ad un'apertura verso questi nuovi strumenti e che tutti gli strumenti possano essere migliorabili; non credo che sia in assoluto l'unico strumento, lo Stato certo deve continuare a erogare servizi, gestiti direttamente e gestiti indirettamente tramite chi li può gestire meglio e quindi diciamo che l'importante sta nell'avere un risultato positivo. Se il risultato c'è ed è positivo, io credo che un guadagno non sia da demonizzare, credo che come in tutte le iniziative economiche e sociali, sia giusto che chi lavora possa avere una remunerazione.

Domanda n. 4: buongiorno dottoressa Moratti, mi chiamo Marco e anch'io, come Francesco, sono del Corso Magistrale in Governance del Welfare Sociale e anch'io volevo ringraziare per le prospettive macro e micro economiche che Lei ci dà, perché davvero non è un aiuto di tutti i giorni. Volevo partire con una premessa. Anche se sono del Dipartimento di Pedagogia volevo fare una domanda più di comunicazione. Pensavo di essere più virile, sinceramente, ma dopo i video che ho visto mi sono scoperto un po' emotivo, per cui mi sento veramente un 'tappo di plastica' e in qualche modo volevo esprimerlo. Volevo chiederle che modello di comunicazione vede lei perché le imprese del sociale possano stare nel mondo del marketing senza tradire la propria natura: o si rischia il tecnicismo o l'emotività, ma questo tipo di comunicazione non rischia di essere un investimento a breve periodo? Io sono un po' provato e non so cosa mi porterò via fra un anno o due di questi video.

La seconda domanda è più manageriale, più di *governance* in realtà. In Italia le imprese sociali si sono inserite in un contesto dove c'erano già altri attori: volevo chiederle che rapporto vede lei tra gli enti che ci sono qua, gli enti sociali, le associazioni e le imprese in questo scenario dove ci interroghiamo sulla sostenibilità? Grazie.

Letizia Moratti: grazie, per questa domanda, sul tema della comunicazione siete voi coinvolti e non dovrei essere io a dare delle risposte, però io credo che noi abbiamo avuto negli anni scorsi dei modelli comunicativi molto basati su potere, denaro, successo e credo che questi modelli, in qualche modo, siano appunto davvero superati. Dunque credo che i modelli comunicativi debbano rispondere a verità. Quindi cercate un modello comunicativo, qualsiasi sia il modello comunicativo al quale state guardando, qualsiasi sia il servizio o l'iniziativa che volete promuovere, cercate di farlo dando elementi di comunicazione che siano veri perché io credo che la gente sia stanca di cose false, di cose che non hanno senso, cose che sono fatte davvero per l'immagine. Non è facile, perché quando si fa comunicazione si fa comunicazione anche con le immagini, però io penso che se volete, se siete fedeli al messaggio che volete dare, io credo che poi questo passa. Credo che poi rimanga nel tempo. Non è necessario che sia un messaggio emotivo. Scegliete il vostro, scegliete il messaggio che sentite, quello più giusto per voi e per la vostra iniziativa e fatelo passare. Un messaggio, non disperdetevi, non cercate di dire troppe cose perché rischiate poi, dicendo troppe cose, di confondere, e di non far passare il messaggio che si vuole, però cercate il vostro! Che sia vero!

Per quanto riguarda il rapporto tra imprese sociali e cooperative è una bellissima domanda perché il nostro Terzo settore è un settore straordinario. È un settore ricco di esperienze, di talenti e questo non va disperso. È giusto far convivere questa varietà di modelli, che possano convivere tra loro; le imprese sociali non devono sostituire le cooperative, ognuno ha un proprio ruolo. Credo che anche questo faccia parte di un modo diverso di rapportarsi agli altri. Non pensare: 'Perché io cerco di affermare il mio modello devo per forza andare a distruggere il modello di qualcun altro'. Cerchiamo che ognuno scelga il suo metodo, scelga di portare a casa il meglio, secondo quelle che sono state le nostre esperienze, le nostre capacità, ma rispettiamo anche gli altri. Quindi anche in questo senso esprimo il mio auspicio perché sono certa che sia così e perché questo percorso che abbiamo fatto in questi due anni per riformare la legge sulle imprese sociali è stato fatto anche con le cooperative e quindi le cooperative sono rientrate in questo percorso. Io credo che anche questo faccia parte di un nuovo modo di intendere il nostro modello sociale, che è una ricerca di condivisione. Il commissario che più si è impegnato in questo settore, che viene chiamato economia sociale di mercato, è il commissario incaricato alla concorrenza e alla concorrenza interna. Cioè è la stessa figura che negli anni precedenti parlava solo di moneta e di concorrenza e non parlava di certo di quello che stiamo parlando ora: l'Europa dell'economia sociale di mercato.

*I modelli comunicativi
devono rispondere a
verità*

Quindi cerchiamo di capire che dobbiamo metterci tutti in discussione per cercare di essere protagonisti di una società più attenta ai bisogni del singolo e di tutti, intendo i bisogni sociali che ognuno ha e che non devono ledere la dignità degli altri.

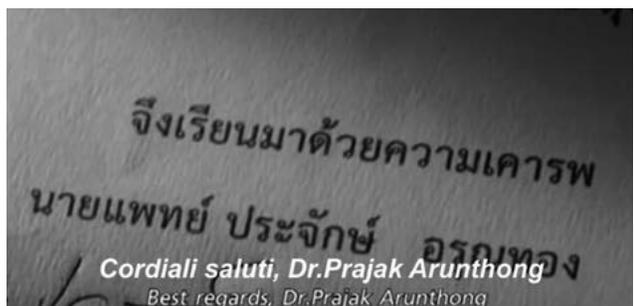
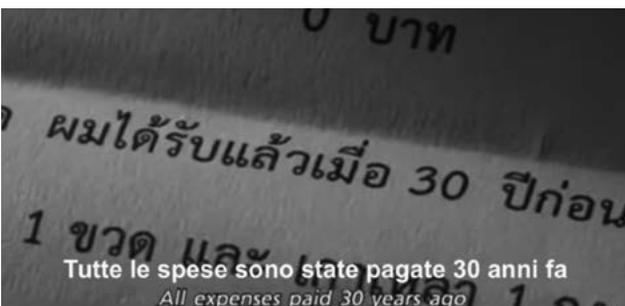
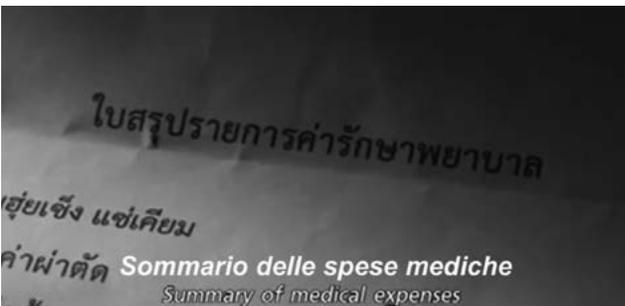
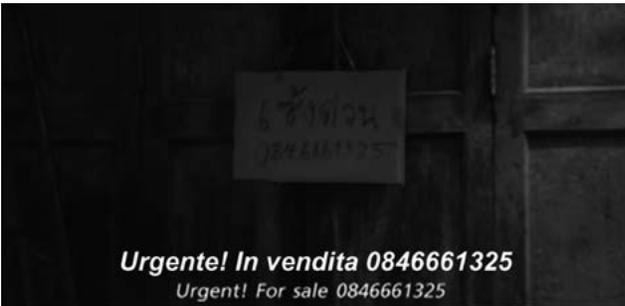
Domanda n.5 (Roberto Albarea): volevo solo dire che, essendo io pedagogista, bisognerà pensare a nuove figure imprenditoriali, cioè formare una nuova classe di imprenditori che entri in questo ordine di idee e devo dire la verità che mi viene in mente una persona che è stata un po' il mio punto di riferimento, da quando ero adolescente, e cioè Adriano Olivetti. Penso che dobbiamo riscoprirlo perché secondo me ci deve ancora insegnare molto.

Letizia Moratti: mi ritrovo molto in quello che dice il professore e dico la verità che tutto passa attraverso la formazione, l'educazione, ed è chiaro che se non si cambia angolo di visuale e prospettiva avremo imprenditori, finanziari, ecc. che continueranno a operare secondo vecchie logiche. Quindi è giustissima la proposta che dobbiamo riscoprire persone come Adriano Olivetti.





Spot True Move,
compagnia Thailandese: «Salvato» 30 anni dopo
durata: 3 minuti
<https://www.youtube.com/watch?v=10aHcQcpsC8>



QUALE PSICOLOGIA PER UNA VITA EQUA E SOSTENIBILE

Franca Olivetti Manoukian

FRANCA OLIVETTI MANOUKIAN

Svolge attività di formazione, consulenza organizzativa e ricerca. È uno dei soci fondatori dello Studio APS (Studio di Analisi Psicosociologica), Milano

L'articolo dopo aver assunto alcune premesse su che cosa si possa intendere per vita equa e sostenibile nel complesso orizzonte delle trasformazioni in atto nella società italiana e internazionale espone alcune ipotesi sui contributi che la psicologia può offrire per concorrere a costruire condizioni di vita più soddisfacenti nei microcontesti territoriali. La psicologia è una disciplina relativamente recente: da un lato si è avuto un consolidamento del sapere grazie anche a delle istituzionalizzazioni di ambiti di studio distinti e via via separati, dall'altro si è assistito a volgarizzazioni ovvero semplificazioni delle applicazioni delle conoscenze psicologiche, per ottenere in tempi brevi soluzioni a problemi relazionali complessi.

È ipotizzabile che scoperte e comprensioni raggiunte dalla psicologia possano concorrere a miglioramenti della qualità della vita se si costruiscono delle ricomposizioni tra ricerca teorica e applicazione pratica, tra diverse problematiche esistenti in uno stesso micro-contesto di vita, tra visioni fornite da diverse scienze sociali.

Le ricomposizioni richiedono iniziative insieme intraprendenti e accomunanti.

Reflecting on what an equitable and sustainable life might mean amidst the current complex transformations taking place in Italian society and elsewhere, the essay envisages the contributions that psychology could make to more satisfying life conditions in local micro-contexts. Psychology, a relatively recent discipline: on the one hand, there has been a movement towards the consolidation of psychological knowledge, thanks to the institutionalization of more and more diversified sub-fields, on the other hand, there have been vulgarizations, and psychological approaches have been applied in over-simplified ways to obtain fast solutions for complex relational problems. Findings and new understandings in psychology can contribute to ameliorate the quality of life, on the condition that theoretical researches and practical applications be brought to bear on each other, that different problems concerning the same micro-context be seen in light of one another, and the visions of the different social sciences better integrated. These recompositions call for engaged and collective initiatives.



Foto

Franca Olivetti Manoukian



Una continua riflessione sull'operatività

Introduzione

Il tema che ci si propone di trattare è assai ampio e apre a vari possibili modi di affrontarlo. Nella formulazione del titolo sollecita ad adottare uno sguardo macrosociale, ma in questa sede si intende prenderlo in considerazione in termini più prudenti e limitati, offrendo cioè un punto di vista orientato e sostenuto da riflessioni che nascono da un duplice riferimento: da esperienze lavorative di consulenza per riorganizzazioni e accompagnamenti formativi presso organizzazioni pubbliche e private che producono servizi e al tempo stesso da ricerche e interventi condotti con una impostazione psico-sociologica¹. Questo implica dedicare attenzione privilegiata e specifica alle connessioni esistenti tra individuo, organizzazione e società e investire in un costante collegamento tra comprensioni e acquisizioni teoriche e modificazioni auspiccate nei micro-contesti lavorativi, nei gruppi e nelle aggregazioni sociali². Questo significa mantenere viva una continua riflessione sull'operatività, sulla cosiddetta 'pratica' perché possa diventare esperienza e quindi fonte di apprendimenti da parte dei singoli e dei gruppi e contemporaneamente sostenere un vivo interesse per i problemi che permetta di relativizzare i riferimenti a metodi collaudati, in modo che non siano irrigiditi, ipostatizzati e diventino schieramenti che rischiano di competere e contrapporsi. La complessità dei problemi che si incontrano richiede continui confronti e revisioni tanto più possibili quanto più si accettano parzialità e provvisorietà di ogni scelta metodologica e si ricercano combinazioni e contaminazioni feconde. Si tenterà pertanto di argomentare 'perché e come i contributi delle conoscenze psicologiche possono aiutarci ad affrontare i problemi della nostra vita sociale'.

Le trasformazioni sociali e i disorientamenti individuali

Le riflessioni prendono avvio da un luogo comune che ormai è continuamente richiamato e sottolineato da ogni parte, in ogni convegno e che sembrerebbe così noto da poter essere dato per scontato. Si vive in una società attraversata da una 'crisi' che non è soltanto economica e finanziaria, che non è passeggera, che segnala imponenti trasformazioni in atto di cui non si è neppure in grado di apprezzarne adeguatamente la portata. Si dice spesso che non si sta attraversando un'epoca in cambiamento ma un cambiamento d'epoca: è stato ricordato anche da Letizia Moratti nell'intervento 'Economia positiva. Nuovo sviluppo per le generazioni future' al Convegno annuale 2014 dello IUSVE 'Abitare il futuro. Nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile'. Era stato anni fa precocemente intuito da Alberto Melucci³. Viene argomentato in modo diretto o indiretto da vari ricercatori che dai loro diversi punti di vista disciplinari e da diverse prese di posizione si interrogano sul mondo che li circonda: si possono citare antropologi come Augé, economisti come Latouche o Krugman, filosofi come Sloterdijk, Attali, Agamben, psicoanalisti come Kristeva o Kaes, psichiatri come Cyrulnik, sociologi come Touraine, Bauman o Beck, personaggi come Latour, Morin o Chomsky o Berger. Viene sperimentato da tutti con timori e trepidazioni nella vita quotidiana. E vanno specificamente riprese le considerazioni sui cambiamenti in atto – non voluti, non previsti, non governati, forse anche non compresi – perché a differenza di quanto è accaduto in passato, in altre circostanze, le trasformazioni avvengono con modalità super-accelerate e per lo più hanno ricadute immediate (senza mediazioni) nella vita quotidiana dei singoli e delle famiglie, ricadute di cui non si tiene conto con l'accortezza che meriterebbero. Si sono avute negli ultimi anni delle rotture di un ordine sociale costituito, che era sì costrittivo ma al tempo stesso era sostanzialmente solido e rassicurante. Nascere uomo o donna, figlio di contadini, di operai o di 'padroni', industriali o proprietari terrieri, segnava un

1 L'autrice dell'articolo è uno dei soci fondatori dello Studio APS (Studio di Analisi Psicosociologica) che ha sede a Milano ed opera in Italia da più di quarant'anni.

2 Per una comprensione dei contenuti, dei metodi e degli autori di riferimento propri della psicopsicologia è possibile consultare: Barus-Michel, J., Enriquez E., Lévy A. (2002), sous la dir. de, *Vocabulaire de Psychosociologie*, Paris, érès, trad. it. di Kaneklin, C., Olivetti Manoukian, F. (2005), a cura di, *Dizionario di Psicopsicologia*, Milano, Raffaello Cortina.

3 Cfr. Melucci, A. (1988), *Passaggio d'epoca*, Milano, Feltrinelli.

destino: imponeva modi di vivere, abitare, lavorare, sposarsi, più o meno accettabili e accettati, ma acquisiti, ‘certi’, a cui in genere ci si adattava e a cui qualcuno si ribellava. Tutto questo si è andato e si va sfaldando tra genitori e figli, tra capi e collaboratori, tra uomini e donne, tra anziani e giovani, tra pubblico e privato, tra occupati e disoccupati, tra benestanti e non abbienti, nei rapporti di cui è intessuta la quotidianità di ciascuno ci si trova immersi in percezioni di disordine, di un cumulo di contraddizioni difficili da sopportare e da gestire.

Sono a disposizione opportunità e strumentazioni per comunicare in modo sempre più facile ed ampio e insieme si sperimenta per se stessi e per gli altri condizioni di isolamento, solitudini e ripiegamenti, abbandoni e esclusioni; le innovazioni tecnologiche a cui si può ricorrere senza troppi costi e fatiche promettono capacità di dominare ogni tipo di problema nella produzione di beni e servizi e al tempo stesso si continuano a scoprire problemi di salute, di assistenza e convivenza, di educazione e di collaborazione di cui non si riesce a venire a capo; è portata di tutti una rappresentazione del mondo come realtà globale, in cui si vedono le interdipendenze esistenti tra le varie parti della terra rispetto al clima, ai movimenti di popolazione, agli equilibri economici e contemporaneamente si manifestano ad ogni piè sospinto attaccamenti al piccolo mondo locale, che sembra debbano prevalere ad ogni costo. In e con queste contraddizioni non si vive ‘bene’. Si constata uno scarto tra quello a cui si aspira e quello che si riesce ad ottenere o a realizzare. Ci si ritrova sempre più disorientati rispetto alle scelte in campo sentimentale, amicale, educativo, economico e lavorativo, ma anche scelte rispetto al futuro proprio e dei propri figli, alle appartenenze, all’abitare, agli investimenti e ai consumi, alle scelte rispetto agli stili di vita. Si moltiplicano paure, per non dire angosce, sentimenti di incertezza, inquietudini che si traducono in domande sempre più insistenti di sicurezza, invocando sempre maggiori controlli, interventi autoritari, decisioni drastiche e definitive: possono portare a illudersi che sia possibile affidarsi o delegare a qualcuno la possibilità di raggiungere il benessere auspicato e parallelamente inducono colpevolizzazioni e attacchi aggressivi contro chi si pensa abbia il potere di modificare radicalmente le cose. Sembra che, soprattutto in alcuni momenti e in alcuni ambiti, si vada condensando una sorta di tensione a poter finalmente essere sollevati dai dispiaceri, dalle delusioni e dai malesseri, dalle disgrazie grandi e piccole e quindi anche dal pensarci. Ma per riuscire a vivere in condizioni più soddisfacenti non si tratta, forse, come singoli e come gruppi, di capire un po’ di più e un po’ meglio perché si sta male e quali strade potrebbero essere percorse per modificare l’esistente che affligge? Sofferenze e disagi bloccano il rispetto allo sviluppo di conoscenze o, come è accaduto a fronte di altre vicissitudini della storia dell’umanità e anche dei singoli, sollecitano e attivano capacità e scoperte, aperture e investimenti in pensieri innovativi?

Alla ricerca di una vita ‘equa’ e ‘sostenibile’

Tutti, o almeno molti, sono oggi alla ricerca di una vita ‘equa’ e ‘sostenibile’. Nella nostra società caotica, sconvolta e sconvolgente, anche grazie ai movimenti che in tutti i Paesi si aggregano e si battono per la salvaguardia dell’ambiente naturale e per il rispetto dei diritti umani, ampi gruppi di popolazione sono disposti a dichiarare come prioritario e condiviso il perseguimento di una ‘vita equa e sostenibile’: formulazione ineccepibile che tuttavia si presta da un lato a rimanere una mera proclamazione astratta e dall’altro ad essere interpretata con varie declinazioni, non necessariamente convergenti in funzione dei fattori a cui ci riferisce e che vengono messi in gioco. Per non addentrarsi in una discussione, senz’altro interessante ma notevolmente complicata⁴, e comunque non trattabile in questa sede, è opportuno specificare che cosa si può intendere per ‘vita equa e sostenibile’ in vista di una utilizzazione del concetto rivolta all’operatività ovvero a costituirlo come riferimento per chi vive e lavora a contatto di situazioni compromesse, più di altre esposte a ingiustizie, a disuguaglianze e squilibri gravi e gravosi, più di altre scivolanti verso assetti sociali intollerabilmente disumani. L’aggettivo equo⁵ anche nelle sue radici etimologiche rimanda

4 Su questo tema si può far riferimento ad un testo collettivo uscito lo scorso anno in Francia, Christ, J., Nicodème, F. (2013), sous la dir. de, *L’injustice sociale, quelle voies pour la critique?*, Paris, P.U.F.

5 Cortellazzo, M., Zolli, P. (1988), *Dizionario etimologico della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, Vol.2, p. 391.



Proporzionato alle concrete esigenze

a «qualche cosa che ha il senso della misura e della moderazione», «proporzionato alle concrete esigenze» e quindi a qualche cosa che è «imparziale», distribuito in modo «equilibrato» e per questo vicino all'essere giusto e al garantire eguaglianza. Collegato a sostenibile sta ad indicare una qualità della vita che va costruita e resa possibile all'interno della nostra società. Si può assumere che questo implichi a tanti livelli e in tante circostanze optare, porre come prioritario, privilegiare nelle decisioni e nelle azioni la tutela dei diritti soggettivi, diritti di cittadinanza, posseduti in quanto persone interagenti in quell'aggregato sociale che viene nominata «città» o «comune» o «comunità locale»: equa è allora la vita in una società che riconosce a tutti coloro che convivono in uno stesso territorio opportunità per essere trattati con rispetto e dignità, come soggetti a pieno titolo, portatori di una storia, di attese e desideri, di potenzialità e esigenze.

Il reale non è razionale

Si è abituati a pensare che i diritti esistano in quanto sono dichiarati, ma il reale non è razionale e si continuano a constatare continue violazioni e mutilazioni delle soggettività, in particolare nei confronti di chi si trova nelle interazioni sociali con qualche caratteristica distintiva che lo identifica come 'diverso' dalla normalità, portatore di qualche handicap, di un comportamento deviante, di una collocazione culturale minoritaria, di provenienze non omologabili. Per una vita equa si è chiamati, ciascuno e tutti, ad adoperarsi per mantenere, nel tempo e nelle intemperie dei fenomeni incombenti, condizioni che permettano effettivamente di esercitare i diritti soggettivi.

Risorse e vincoli

È necessario farlo realisticamente, in modo 'sostenibile', collocandosi cioè tra risorse e vincoli. Si è ormai acquisito che lo sviluppo progressivo a cui per diversi decenni, del Diciannovesimo e Ventesimo secolo, nella società occidentale ci si è stati abituati e affezionati, a cui si è creduto e di cui si è goduto, non è più immaginabile. Gli uomini, anche se – come scriveva Leopardi⁶ quasi due secoli fa – sono persuasi che le cose del mondo esistano solo per essere al loro servizio, sono soltanto ospiti di questa terra. Non possiamo tutto quello che possiamo. Nonostante la potenza inscritta nelle tecnologie che sono sempre più raffinate e diffuse è ineludibile prendere atto che le risorse del pianeta sono limitate e soprattutto negli ultimi tempi comincia ad affermarsi l'idea che, sia a livello collettivo che individuale, risorse e vincoli sono strettamente interconnessi e che una stessa caratteristica, uno stesso fenomeno emergente o ricorrente può essere considerato in un modo o nell'altro, a seconda delle rappresentazioni che hanno consistenze più e meno radicate nelle pre-concezioni pre-esistenti. Risorse e vincoli sono costituiti da componenti di diversa natura: anche se si tratta di impedimenti e opportunità più immediatamente identificabili (come quelli relativi all'ambiente o agli andamenti economici) vanno comunque apprezzati entro contesti culturali e affettivi che portano a considerarli in modo diverso.

Non possiamo tutto quello che possiamo

Aggregazioni di famiglie differenti

Entrando in contatto più diretto con le situazioni di benessere/malessere vissute dai singoli e dai gruppi, si possono cogliere aspetti meno generici e stereotipati e individuare possibili appigli per costruire condizioni vivibili. Può essere ad esempio considerata la situazione di un giovane, Igor, di vent'anni, allontanatosi dalla scuola, con esperienze di lavoretti faticosi e insignificanti, in conflitto sordo e pesante con la propria famiglia, vicino a giri di spaccio e consumo di droga: alle sei di mattina rientrando a casa in auto ha uno scontro frontale; tutte e due le vetture sono sfasciate come i conducenti che sopravvivono con lesioni gravissime. Il giovane Igor deve subire varie operazioni, un processo in tribunale, lunga degenza in più di un ospedale. Passati due anni la sua vita è alquanto cambiata, non solo perché deve fare i conti con un handicap motorio, anche se non troppo evidente. L'incidente l'ha costretto a fermarsi; è stato contenuto nelle sue spinte autodistruttive; ha potuto incontrare qualcuno che si è preso cura di lui; si è accorto dell'esistenza di altri modi di soffrire e di interagire. Nel periodo delle riabilitazioni ha ripreso a studiare e si prepara a sostenere gli esami di diploma. Vorrebbe iscriversi ad una scuola per diventare *sommelier*. Ha cominciato a studiare l'inglese e si prepara a trasferirsi in Inghilterra, perché tramite un ragazzo conosciuto in ospedale si è messo in contatto con una famiglia che può ospitarlo. La vicenda più devastante della sua vita è diventata una opportunità di dare una svolta decisiva ad un percorso ben poco promettente.

A livello collettivo, e questo è un altro esempio, in un Comune di medie dimensioni per il combinato agire di diversi fattori si stabilizza e cresce un insediamento di 'gente' che viene

⁶ Leopardi, G. (1824 ed. or.), [1992], *Dialogo di un folletto e di uno gnomo*, in *Operette morali*, a cura di Prete, A., Milano, Feltrinelli.

dal Marocco. Gli abitanti del paese lo giudicano in modo ostile e minaccioso; si moltiplicano malumori e proteste agli amministratori e sembra che non si possa fare altro che scoraggiare ulteriori arrivi, creare una sorta di cordone di sicurezza attorno alla zona, forse costituire presso la scuola elementare una classe riservata soltanto ai bambini immigrati. Attraverso una consulenza attivata con i servizi sociali del Comune, evidentemente in vari modi chiamati in causa per questa situazione, si scopre che presso la parrocchia si è costituito un gruppo vivace di giovani genitori che si ritrovano periodicamente a confrontarsi attorno a tematiche educative: si interrogano anche su come i loro figli interagiscono con i ragazzini marocchini a scuola e fuori. Può essere considerata una risorsa positiva che dagli operatori viene presa in considerazione con cura. Si organizza un piccolo gruppo di 'ricerca-azione' a cui aderisce anche qualche insegnante, qualche volontario che segue presso l'oratorio delle attività sportive, qualche membro di una associazione che promuove feste in occasione di varie ricorrenze: si comincia a scambiare idee e a riflettere sulla questione dei marocchini ma non solo, ci si informa reciprocamente, ci si conosce, ci si racconta e le riunioni - preparate e condotte dagli operatori - diventano interessanti, diventano un momento atteso e ricercato. Prendono vita delle iniziative di incontro con gli stranieri le quali permettono di scoprire che tra loro ci sono famiglie e aggregazioni di famiglie differenti, che accanto a diffidenze e rivendicazioni ci sono disponibilità e attese di integrazione e che si possono creare aperture e ponti per costruire scambi e convivenze possibili nel territorio. Nelle situazioni schematicamente richiamate sono state messe in campo delle conoscenze psicologiche che hanno contribuito a sviluppare dei movimenti di singoli e di gruppi, dei percorsi verso maggiori possibilità di realizzazione di sé e di comunicazione con altri, per costruire condizioni di vita rispettose dei diritti di ciascuno e realisticamente assumibili.

Aggregazioni di famiglie differenti

Quale contributo può dare la psicologia

La psicologia è una disciplina relativamente recente che nell'area delle scienze umane si è fatta strada forse inizialmente con maggiori lentezze e discontinuità rispetto ad altre, ma ha avuto in Italia sempre maggiori sviluppi e riconoscimenti. Si sono moltiplicate le facoltà e i dipartimenti universitari distribuiti in tutto il paese con elevati numeri di iscritti, le scuole di specializzazione e i corsi di ogni genere; parallelamente sono state condotte ricerche che hanno affinato ed approfondito individuazioni di comportamenti e atteggiamenti, comprensioni del funzionamento psichico individuale e gruppale, analisi dei processi cognitivi e di come avvengono dei cambiamenti; si è avuta una ricchissima produzione di studi, con pubblicazioni di libri e manuali e traduzioni di testi, in particolare dal mondo anglosassone. Riferimenti a conoscenze psicologiche sono entrati nella vita quotidiana attraverso varie rubriche presenti in molti settimanali, ma anche attraverso l'uso di certi termini acquisiti nel linguaggio di molti programmi televisivi e nei film che descrivono vicende lavorative, storie matrimoniali e familiari più e meno liete. Spesso sui giornali vengono riportati esiti di ricerche e scoperte sulla vita psichica a volte connettendo, altre contrapponendo ciò che viene messo in luce dalle nuove neuroscienze e ciò che fa parte di un patrimonio tradizionale del sapere psicologico, come quello della psicoanalisi. E intorno a tali questioni o ad altre riguardanti comportamenti individuali anomali e allarmanti che vengono portati alla ribalta da episodi di cronaca, vengono interpellati professionisti e docenti universitari: si possono leggere interviste e scritti di Galimberti e Recalcati, di Oliverio Ferraris, di Ammanniti, di Slepj, di Pietropoli-Charmet, solo per citare i nomi più ricorrenti e noti, che 'spiegano' che cosa accade nei rapporti tra le generazioni, nei primi anni di vita e nei percorsi di crescita, da dove nascono paure e aggressività, come si reagisce a perdite e frustrazioni. Tutto questo sviluppo e questa diffusione da un lato potremmo dire che ha sdoganato la psicologia: è considerata una scienza che ha un proprio statuto e legittimazioni importanti per cui, ad esempio, quando accade un incidente aereo o un pullman di ragazzini in gita scolastica si rovescia in autostrada, viene mobilitato un gruppo di psicologi per assistere i parenti. D'altro lato si sono via via accresciute le attese rispetto a quello che la psicologia, e i professionisti che la praticano, possono apportare per eliminare malesseri e affanni.



Complessificarsi delle problematiche

Attese e risposte

Il dilatarsi e il complessificarsi delle problematiche per cui a livello di opinione pubblica e di una molteplicità di situazioni particolari ci si rivolge alla psicologia ha sostenuto l'ampliamento e il rafforzamento di istituzioni per la preparazione di professionisti competenti, in grado di intervenire in modo appropriato. A questo si collegano processi di consolidamento della disciplina sul piano accademico attraverso differenziazioni di diversi oggetti di studio, articolazioni di differenti filoni di ricerca e elaborazioni di diversi approcci metodologici. La maggior offerta di psicologi potenzialmente in grado di intervenire in diversi ambiti può indurre ulteriori domande e si può pensare all'instaurarsi di un andamento progressivo circolare: identificazione di un'area sempre più ampia di situazioni in cui le competenze psicologiche possono trovare applicazione, preparazione di un maggior numero di professionisti che possono lavorare in varie organizzazioni e collocazioni, approfondimento e specificazione di problemi, esigenza di ulteriori interventi competenti e quindi incremento complessivo del contributo della psicologia al miglioramento della vita dei singoli e della società. Forse questa è una rappresentazione implicitamente circolante nelle scelte dei percorsi universitari, ma domande e offerte in questo ambito si incontrano con discontinuità e incompiutezze inevitabili in qualsiasi società e ancor più consistenti nelle trasformazioni sociali epocali che stiamo vivendo e a cui si accennava all'inizio di questo testo. Nei movimenti di espansione delle conoscenze psicologiche da un lato e di allargamento e intensificazione di aspettative risolutive dei malesseri individuali avvertiti da ampie fasce di popolazione dall'altro, sembra che si siano verificati due processi evolutivi interagenti e apparentemente rafforzanti reciprocamente degli utilizzi positivi: ambedue tendono infatti a condizionare e orientare l'assetto scientifico della disciplina e contemporaneamente le sue applicazioni e traduzioni operative suscettibili di concorrere a promuovere vita equa e sostenibile. Si è avuta una consistente edificazione istituzionale e al contempo si è reso più accessibile e 'normale' avvalersi di conoscenze/competenze psicologiche. E allora se si è arrivati ad attrezzarsi per comprendere e trattare in modo più sistematico affetti, emozioni, atteggiamenti, comportamenti, funzionamenti psichici individuali e collettivi e se si è più aperti e disposti ad accedere a tali acquisizioni questo ci consente di vivere e con-vivere meglio?

Lo sviluppo della psicologia negli assetti istituzionali e nella finalizzazione terapeutica

Lo sviluppo della psicologia nell'ambito delle istituzioni universitarie porta con sé accumulazioni e consolidamenti di saperi che sono necessari per fornire la formazione di base e differenziazioni di campi di studio che consentano adeguati approfondimenti. Si hanno diversi insegnamenti con diverse denominazioni corrispondenti a un disegno che dovrebbe permettere una trasmissione di contenuti la più esaustiva ed efficace possibile in vista di acquisizioni di competenze da poter spendere professionalmente in vari ambiti. La diversificazione tuttavia rischia di diventare settorializzazione: ogni corso tende a distinguersi come separato da altri per cui, ad esempio, si tratta la psicologia sociale, la psicologia dei gruppi, la psicologia del lavoro, la psicologia delle organizzazioni (a volte quest'ultima è aggregata ai gruppi e a volte al lavoro) da parte di diversi docenti che propongono specifici programmi. È facile la suddivisione, ma le connessioni per la stessa strutturazione delle istituzioni universitarie sono difficili. Ogni docente può definire autonomamente il programma da proporre e questo porta ulteriori differenziazioni perché entrano in campo scelte di approcci metodologici, di scuole e correnti di pensiero (dal cognitivismo, al comportamentismo, alla psicoanalisi, ecc.). Per cercare di collegare contenuti teorici con la pratica professionale è stato introdotto il tirocinio obbligatorio, che tuttavia a volte è organizzato come a sé stante con collegamenti indiretti con i corsi curricolari. Il rischio è che nella formazione di base si inducano delle scissioni tra oggetti di studio (come se la psicologia del lavoro avesse contenuti completamente estranei alla psicologia della famiglia o alla psicologia clinica), tra scuole di pensiero, tra acquisizioni di concetti (teorie) e comprensioni

di motivazioni e atteggiamenti propri e altrui nelle relazioni. Se per lavorare come psicologo professionista è ineludibile raggiungere competenze specifiche in una ben precisa area, collegate a metodi collaudati, e probabilmente sviluppabili effettivamente soltanto dopo la preparazione universitaria, in un faticoso impegno sul campo, è tuttavia possibile che acquisizioni di conoscenze/competenze psicologiche trasversali e basilari possano arricchire la preparazione di altri professionisti che svolgono sostanzialmente la loro attività in situazioni relazionali (ad esempio medici, insegnanti, giudici, manager, ecc.): potrebbero facilitare interventi pertinenti ed efficaci, suggerire comprensioni e azioni nelle vicende problematiche in cui si dibattono singoli e gruppi sociali.

Un secondo fenomeno che ha particolarmente sostenuto lo sviluppo della psicologia è quello della considerazione del suo utilizzo con una finalizzazione applicativa di tipo psicoterapeutico. In termini un po' approssimati e grossolani si può assumere che la psicologia a livello epistemologico è collegata ad una duplice matrice, quella della filosofia che da sempre ha indagato sui misteri dell'animo umano e quella della medicina che è stata la prima delle scienze umane a proporre e produrre effettivi miglioramenti nella vita dei singoli e degli aggregati sociali.

Il diffondersi delle conoscenze e competenze psicologiche si è avvalso in vari modi degli appoggi, delle basi professionali e operative predisposte dalla medicina. Si sono assunte le coordinate classiche con cui impostare processi di cura della salute delle persone, anche per trattare disturbi dell'equilibrio psichico: contatto attraverso una richiesta d'aiuto che porta il paziente, definizione di una 'diagnosi', strutturazione di una modalità di relazione duale e disimmetrica medico-paziente, prescrizione di una terapia a cui il paziente deve attenersi, rigorosa adesione ai principi deontologici e al segreto professionale. Si è andato diffondendo un modello culturale di intervento psicologico marcato da elementi che caratterizzano più propriamente la tradizionale impostazione sanitaria. Questo è stato rafforzato anche dalla collocazione nei ruoli sanitari degli psicologi che lavorano nei servizi pubblici e ha trovato ampi radicamenti perché permette di rendere più abordabili i disturbi psichici, li addomestica, li riporta entro rappresentazioni accettabili perché sono malattie come quelle del cuore o dei polmoni: come si curano le patologie dei vari organi del corpo, così si pensa che possano essere risanati comportamenti anomali che fanno soffrire chi li agisce e chi li subisce. È una impostazione rassicurante perché sperimentata e promettente, a cui si appoggiano sia i professionisti, che ottengono legittimazioni, sia i pazienti e le loro famiglie che ne ricavano speranze. Con differenze collegate a diversi contesti socioculturali si può constatare che il ricorso alla psicoterapia è diventato sempre più esteso. Ci si può chiedere quanto questo concorra a migliorare la qualità della vita ovvero: quanto e come il moltiplicarsi di psicoterapie, individuali o in piccolo gruppo, contribuisca a costruire a livello sociale, condizioni di convivenza soddisfacenti.

Ricadute più e meno positive

Va sottolineato che accanto a benefici effetti verificati in molti trattamenti psicoterapeutici, la rappresentazione che sia essenzialmente questo il contributo che può offrire la psicologia ha pure ricadute meno positive. Si sono infatti moltiplicate le forme di psicoterapia e non è cresciuta parallelamente la competenza per scegliere a chi affidarsi e per porsi attese realistiche; dato che le possibilità finanziarie si riducono, si tende a rivolgersi a terapeuti individuati casualmente o a metodi terapeutici rapidi e poco costosi non necessariamente congruenti e adeguati per le sofferenze vissute. Si incontrano ormai frequentemente persone che hanno avuto a che fare in vari momenti della vita con psicologi e che si collocano su opposte sponde, oscillando tra due idee parallele, rappresentabili più o meno in questi termini: «quando ho bisogno vado da qualcuno» oppure «ne ho provato diversi, non serve, mi rivolgo ad altre strade».

Esito non voluto di una sorta di medicalizzazione dell'uso delle conoscenze psicologiche è anche la declinazione che ne viene fatta nei mezzi di comunicazione di massa per fornire giustificazioni spicciole delle incomprensioni tra genitori e figli, delle scelte degli adolescenti di abbandonare la scuola o di frequentare certi consumi e certe appartenenze, delle depressioni

Mezzi di comunicazione di massa



che si infiltrano nelle famiglie felici, dei problemi di alimentazione e di sonno dei bambini e via dicendo. E si arriva anche a dare quasi 'ricette' su come comportarsi correttamente, rafforzando direttamente o indirettamente l'idea che per ogni disturbo ci sia una 'soluzione' e persino una risoluzione facile e quasi certa. I processi sociali sono sempre intricati e complessi ed è difficile apprezzarne andamenti e circuiti. Gli indizi richiamati portano a rilevare movimenti culturali di acquisizione e valorizzazione delle possibilità di comprendere i fenomeni studiati dalla psicologia. Si potrebbe affermare che si è avviata una alfabetizzazione della gente rispetto alle capacità di leggere e riconoscere affetti e emozioni presenti nelle relazioni in cui, per cui, con cui viviamo? Probabilmente sì ma per costruire condizioni di vita 'equa' e 'sostenibile' si deve fare i conti con le istituzionalizzazioni dei saperi che li separano e settorializzano e con volgarizzazioni di contenuti che li impoveriscono e li banalizzano. Il rischio è che quel che si sa e si potrebbe sapere non costituisca un aiuto reale a comprendere e che talvolta, per il modo con cui tale aiuto viene messo a disposizione, non favorisca un utilizzo fecondo e positivo.

Imparare a far tesoro dell'energia psichica

Una metafora

Una metafora può rendere più immediate le riflessioni segnalate. I fenomeni che la psicologia permette di conoscere sono come un'energia presente nei contesti sociali, nelle relazioni che esistono tra soggetti differenti. Si può vivere anche senza utilizzare questa energia, come si è vissuti tanto tempo senza energia elettrica. Si può studiare a fondo da dove ha origine questa energia, come si produce, come si usa e si controlla, come se ne può fare un uso per illuminare e riscaldare, e come può essere pericolosa: si è progettisti di impianti elettrici, elettricisti esperti in grado di riparare; si può tuttavia essere soltanto degli utilizzatori di elettricità che sono in grado di usarla a proposito perché sanno che è necessario avere delle attenzioni basilari. Le modalità (fin qui schematicamente rappresentate) con cui la psicologia negli ultimi decenni è entrata nella nostra quotidianità ha probabilmente permesso non solo di affrontare la cura di alcune patologie di singoli e famiglie: ha consentito di immettere in diverse situazioni lavorative varie metodologie di intervento e strumentazioni rivolte ad agevolare le attività e le interazioni necessarie per produrre; ha fatto apprezzare il valore del lavoro in gruppo; ha facilitato la messa in campo di dispositivi per accompagnare l'identificazione più raffinata di caratteristiche personali necessarie rispetto a vari tipi di compiti (ad esempio le selezioni del personale nelle organizzazioni lavorative o anche delle coppie che si candidano all'adozione); ha offerto indicazioni importanti per le valutazioni di motivazioni e atteggiamenti. 'Ha contribuito a costruire nei contesti sociali vita equa e sostenibile? Forse meno di quel che sarebbe potuto e potrebbe avvenire'.

In realtà per quel che è possibile rilevare nell'esperienza di lavoro dei vari servizi alla persona, servizi pubblici e privati, servizi sociali e socio-sanitari e ancor più se si considera quel che accade nelle scuole ogni giorno (e sia i servizi che le scuole aprono a ciò che viene vissuto nelle famiglie), non si mette in campo il sapere di cui disponiamo per capire e per agire nelle relazioni con gli altri. Soprattutto all'interno delle situazioni familiari e in genere in campo educativo è come se, anche se si sono frequentate tante letture prodighe di consigli, prevalesse una povertà di investimenti nelle relazioni, una indisponibilità ad avvalersi di comprensioni che tengano conto di contenuti teoricamente ampiamente acquisiti. Si pensi, ad esempio, alle difficoltà che si riscontrano nell'investire nell'ascolto precoce di indizi di disagi che manifestano bambini e adolescenti e che sono condizionanti per il loro diritto a crescere in un ambiente accogliente e protetto. Si sa che questo è un aspetto cruciale di qualsiasi relazione e soprattutto delle relazioni di-simmetriche in cui si giocano emozioni importanti collegate al sentirsi o meno riconosciuti, approvati e sostenuti, e si ricercano appoggi per la costruzione dell'identità. Va detto che viviamo in situazioni affogate in problemi complessi e che famiglie e scuole sono circondate da attese elevate e insieme da continue colpevolizzazioni, ma sembra che, risucchiate da modelli culturali dominanti, impregnati di attivismi, consumismi, intellettualismi, tecnicismi, non riescano ad introdurre spazi di ascolto che pure si sanno indispensabili.

È come se si creasse una frattura tra quello che le persone vivono ed in cui si sentono smarrite e

È come se si creasse una frattura

sopraffatte e quello che potrebbe essere utilizzato da genitori e educatori per prendere realmente contatto con queste situazioni.

Ricomporre per arrivare ad utilizzi più pertinenti

Probabilmente perché alcune conoscenze, anche importanti per la vita collettiva, entrino in circolo effettivamente deve passare tanto tempo. Si tratta di evoluzioni di processi culturali che sappiamo lenti, frenati da vari blocchi. Ad esempio, la scoperta dell'antisepsi, necessaria per qualsiasi intervento su un corpo umano, è entrata nella prassi degli operatori sanitari dopo diversi decenni e tuttora delle norme di igiene essenziali (come quella di lavarsi le mani) sono trascurate e sottovalutate tanto da essere oggetto di continui avvertimenti e richiami. Per alcune indicazioni basilari che la psicologia offre sarà ancor più faticoso che possano entrare in circolo nel vedere, sentire e operare collettivo. Ad esempio, è ancora molto sedimentata l'idea che la violenza vada contrastata con la violenza. Se un bambino picchia i compagni, un adolescente aggredisce un genitore o se un cittadino protesta e attacca con insulti un funzionario, si pensa di dover alzare la voce, urlare più forte, rispondere pesantemente per reprimere e punire (e con una punizione che non si dimentichi facilmente), a volte con minacce paurose: questo modo di agire per sottomettere suscita ulteriori reazioni aggressive, attizza ancor più rabbia e innesca un circolo vizioso che ripetendosi nel tempo si cristallizza con risvolti realmente dannosi. Non fa ancora parte di considerazioni largamente condivise la valutazione delle manifestazioni di aggressività di un ragazzino come segnali di difficoltà, dell'esistenza di movimenti interiori da cui si è travolti. Compare sul giornale locale un breve trafiletto in cui si dice che un gruppo di genitori ha denunciato un ragazzino della classe terza elementare, frequentata dai loro figli, perché non è più sopportabile che debbano restare a contatto con un compagno che continuamente tira calci e pugni. E così ci si rifugia entro un modo giuridico di vedere le cose ... forse perché appare più rassicurante delle comprensioni che può offrire la psicologia. E di nuovo non si tiene conto di un'altra acquisizione essenziale e cioè che il moltiplicare ordinanze e prescrizioni, e relativi controlli formali di obbedienza a quanto stabilito, non dà alcuna garanzia che le norme siano messe in pratica e si ottengano gli effetti voluti. Anzi, nei contesti lavorativi (nelle aziende ma anche negli ospedali) la emanazione ormai inesauribile di procedure porta a deresponsabilizzare e a confondere l'osservanza degli adempimenti con la realizzazione di attività efficaci. Paradossalmente i controlli di ogni genere che vengono invocati e che si chiede siano inaspriti da autorità superiori e severe, aumentano i sentimenti di insicurezza perché alimentano gli allarmismi e non si potrà mai arrivare con misure strutturali a prevenire ogni tipo di rischio. Ogni problema viene visto in modo separato e appoggiandosi al già noto, ripetendo quanto si è abituati a vedere e decidere più che collegandosi a nuove interpretazioni e a diverse finestre di comprensibilità.

Probabilmente un'ipotesi da percorrere per facilitare o promuovere l'assunzione di alcuni contributi che la psicologia può offrire per costruire una vita equa e sostenibile è quella di 'ricercare delle ricomposizioni' che nel corso degli anni sono state implicite o sottovalutate. Ricomporre non significa riunire e annacquare i saperi e nemmeno giustapporli: piuttosto riconoscere l'esistenza di varie parti che trovano connessioni e danno vita a nuove rappresentazioni. Collegamenti fecondi sono quelli che si attivano per l'individuazione di quei problemi che costituiscono ostacoli alla tutela dei diritti soggettivi e che inducono a consumare risorse come se fossero illimitate: per leggerli, anche attraverso conoscenze suggerite dalla psicologia. Si tratta di collocarli nel contesto specifico in cui si pongono, evitando ad esempio di trattare il disagio vissuto da un signore cinquantenne, precipitato in una grave crisi e ormai considerato malato di mente, come se potesse essere separato dalle vicende della famiglia ma anche del territorio dove si sono avute rotture dei modelli di vita tradizionali, si sono verificate migrazioni e modificazioni negli assetti abitativi e lavorativi, si sono instaurate diverse attese rispetto alle interazioni tra gli abitanti e nei confronti delle istituzioni, si sta sperimentando una contrazione dei redditi assai frustrante e minacciosa per l'autostima e l'immagine di sé.

Ci si rifugia entro un modo giuridico

'Ricerca delle ricomposizioni'



Frutto di elaborazioni
dialogate

La convergenza non
esiste automaticamente

Il malessere dei singoli se è colto nel contesto mette in evidenza elementi che possono essere ricorrenti in più situazioni, comparabili e analizzabili in termini più specifici e favoriscono comprensioni più mirate a cui riferirsi per ipotesi di intervento. L'attenzione ricompositiva a collocarsi nel contesto porta a valorizzare gli apporti che possono dare altre discipline, la stessa medicina, l'economia, che viene frequentemente chiamata in causa e anche la pedagogia, la sociologia, le scienze della comunicazione e l'antropologia culturale: in particolare per apprezzare le risorse è cruciale mobilitare sguardi differenti che contatti e interazioni tra discipline sollecitano e rendono più perspicaci. Questo significa che professionisti con diverse competenze disciplinari e con diverse collocazioni istituzionali, concorrono a co-costruire le visioni dei problemi complessi che diventano più fondate e attendibili proprio perché frutto di elaborazioni dialogate. Ci si ritrova insieme accomunati da una ricerca che si confronta con dei problemi reali per cui vanno individuate e condivise azioni da realizzare e ancor più strategie con cui contenerli e gestirli. La convergenza non esiste automaticamente. Non basta convocarsi o essere convocati per concordare, ma le conoscenze/competenze psicologiche possono indicare modalità di preparare e condurre gruppi, gestire microconflittualità e processi di negoziazione per arrivare a posizioni sufficientemente contigue da permettere interventi più mirati e cooperativi verso la vita equa e sostenibile. Nelle ricomposizioni nascono apprendimenti che portano anche dei cambiamenti, delle evoluzioni culturali che diventano generative.

Andare nella direzione che si va prospettando richiede di apprendere e di intraprendere, di ascoltare se stessi e il mondo circostante per introdurre delle inversioni di tendenza e delle innovazioni in parte trasgressive. La strada è da costruire e, per incamminarsi, va presa un'iniziativa. Le conoscenze psicologiche possono sostenere. Resta una sfida aperta che ci riguarda e a cui non possiamo sottrarci.

Bibliografia

- Barus-Michel, J., Enriquez E., Lévy A. (2002), sous la dir. de, *Vocabulaire de Psychosociologie*, Paris, érès, trad. it. di Kaneklin, C., Olivetti Manoukian, F. (2005), a cura di, *Dizionario di Psicosociologia*, Milano, Raffaello Cortina.
- Benasayag, M., Schmit, G. (2003), *Les passions tristes. Souffrance psychique et crise sociale*, Paris, la Découverte, trad. it. di Missana, E. (2004), *L'epoca delle passioni tristi*, Milano, Feltrinelli.
- Christ, J., Nicodème, F. (2013), sous la dir. de, *L'injustice sociale, quelle voies pour la critique?*, Paris, P.U.F.
- Cortellazzo, M., Zolli, P. (1988), *Dizionario etimologico della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, Vol.2, p. 391.
- Fasolo, F. (2007), *Psichiatria senza rete*, Padova, CLUEP.
- Kristeva, J. (2012), *L'avenir d'une révolte*, Paris, Calmann-Lévy, trad. it. di Albertella, M. (2013), *L'avvenire di una rivolta*, Genova, Il nuovo melangolo.
- Kaës, R. (2012), *Le Malêtre*, Paris, Dunod.
- Leopardi, G. (1824 ed. or.), (1992), *Dialogo di un folletto e di uno gnomo*, in *Operette morali*, a cura di Prete, A., Milano, Feltrinelli.
- Lhuillier, D. (2006), *Cliniques du travail*, Toulouse, érès.
- Melucci, A. (1988), *Passaggio d'epoca*, Milano, Feltrinelli.
- Olivetti Manoukian, F. (2013), Progettare socialmente tra vincoli e possibilità reali, *Una città da abitare*, a cura di Bertell, L. – De Vita, A., Roma, Carocci, pp. 57-70.
- Olivetti Manoukian, F. (2013), Di quali servizi sempre più ci sarà bisogno, *Animazione Sociale*, 43, 276, pp. 25-35.
- Speciale Bagliacca R. (2010), *Come vi stavo dicendo*, Roma, Astrolabio.
- Zoja, L. (2013), La psicologia del profondo nel suo secondo secolo in Argentieri, S. – Bolognini, S. – Di Ciaccia, A. – Zoja, L., *In difesa della psicoanalisi*, Torino, Einaudi, pp.85-112.

SOSTENIBILITÀ IN EDUCAZIONE: UNO STILE PERSONALE ED EDUCATIVO

Roberto Albarea

ROBERTO ALBAREA

Docente presso il dipartimento
di Psicologia e Pedagogia
allo IUSVE.
Docente di Pedagogia Generale
e Sociale e di Psicologia
Generale, Università degli Studi
di Udine

Questo contributo vuole offrire una panoramica della problematica attinente il paradigma della sostenibilità, a livello pedagogico. In genere, il termine si accompagna all'ecologia e all'ambiente: qui invece si intende come sostenibile uno stile educativo e personale di vita, ravvisandolo anche nelle pratiche della quotidianità, nella relazione interpersonale ed intrapersonale (come una tecnologia del sé, secondo Michel Foucault), nella relazione con le cose e nelle scelte comportamentali. Alla fine si enunciano le componenti che possono essere insite in tale stile educativo e che sfociano, così, in habitus politici ed atteggiamenti personali. Esse sono: gentilezza nei costumi, dialogo interiore, trasversalità formativa e disciplinare (ipertesto), livello soglia (I. Illich), inquietudine conoscitiva (creatività), militanza educativa (testimonianza), ilarità e «leggerezza pensosa». (I. Calvino)

This contribution intends to offer an outline about the topic concerning the paradigm of sustainability, at educational level. Generally, this term refers to ecology and environment: on the contrary, present article conceives a personal and educational style of life as sustainable, recognizing it also into the daily practices, at level of inter-personal and intra-personal relationship (as a technology of self, according to Michel Foucault), during the relationship with things and with the behavioural choices. Finally, some components of this educational style are enunciated so that they flow into political habitus and personal attitudes. They are: kindness in attitudes, inner dialogue, cross-educational and cross-disciplinary components (see hypertext), threshold level (I. Illich), cognitive tension (creativity), educational activism (witness), hilarity and «thoughtful lightness». (I. Calvino).



Foto

Roberto Albarea



La trasversalità formativa della sostenibilità

La dimensione educativa della sostenibilità focalizzata attualmente soprattutto sulle questioni ecologico-ambientali e di sviluppo sostenibile può assumere differenti coloriture pedagogiche riferendosi ai rapporti e alle intersezioni tra creatività, stile del docente, relazione educativa, convivenza civile e cittadinanza sostenibile tra i Nord e i Sud del mondo.

In tal modo la sostenibilità diventa una chiave interpretativa e un criterio di comportamento (una dimensione di testimonianza?) in vari ambiti e situazioni: una sostenibilità focalizzata sulla relazione interpersonale e intrapersonale; una sostenibilità perseguita nei modelli di sviluppo; una sostenibilità considerata nel suo rapporto con l'ambiente, naturale ed antropico; una sostenibilità riguardante la coesione sociale; una sostenibilità negli accordi tra gli Stati, nella negoziazione politica, nella convivenza civile, negli scambi culturali; una sostenibilità nella comunicazione mass mediale.

Si tratta di una radicale trasformazione negli atteggiamenti personali e collettivi, degli adulti in primo luogo, che richiede una autentica capacità di interrogarsi, un profondo cammino di autoeducazione, un esercizio della mente aperta all'imprevedibile e all'alterità. Il modo stesso di proporsi e di organizzarsi all'interno di una comunità, di un gruppo sociale, di una classe scolastica, di un centro educativo, di una relazione interpersonale conduce i suoi membri a saper vivere e convivere con le diversità degli individui e dei gruppi, maturando progressivamente conoscenze ed abitudini di rispetto e di partecipazione.

Essere sostenibili significa coniugare intuizione creativa, frazioni di esperienza, esercizi di esegesi del sé, ricognizione di conoscenze esperite e pregresse; significa aprirsi alla certezza dell'imprevedibilità e della ricerca (cioè alla creatività), usando lo stile, non le cerimonie o le retoriche, per approdare a decisioni sempre imperfette, ma che si aprono al mistero della persona e dell'esistenza umana. Per l'educatore esiste allora il valore della testimonianza, la quale può essere vista come sorretta da una motivazione scientifica ed etica insieme¹.

Sviluppo sostenibile e società sostenibile

A tutt'oggi sembra persistere il contrasto o, se si vuole, la dialettica tra una accezione *soft* e più ampia di sostenibilità, corrispondente alla espressione «società sostenibile» e una accezione forte di essa, corrispondente alla locuzione «sviluppo sostenibile», con tutto ciò che comporta l'espressione, ormai in voga, della 'decrescita'.

Resta comunque il fatto che quando si parla di società sostenibile, di relazioni sostenibili, si indica una tensione verso la riproposizione di dinamiche sociali, educative e personali nuove, che implicano ovviamente rapporti di potere ed economici segnati dalla sostenibilità, mentre concentrandosi esclusivamente sul termine sviluppo si rischia di circoscrivere il problema alle sole componenti strutturali (pur importantissime), dimenticando che la sostenibilità è una dimensione trasversale.

Tutto sta, a detta di chi scrive, nel come si concepisce il mercato e nel come si voglia ecologizzare l'economia (già ribadito dal *Wuppertal Institut*): da una parte la gestione sostenibile dei meccanismi di mercato, dall'altra il loro svilupparsi in modo ecologico.

Occorre tener presente ambedue tali dimensioni, in quanto insistere su una di esse può recare ad una visione parziale. Coloro che sono sostenitori della sola economia di mercato dimenticano che tali 'regole', se assolutizzate, di espansionismo economico, possono portare all'autodistruzione; gli scettici del mercato, al contrario, non riconoscono spesso il potenziale creativo che esiste nello sviluppo di una imprenditoria rispettosa dell'ambiente, facente parte di una economia civile².

Trasformazione negli atteggiamenti personali e collettivi

Come si concepisce il mercato

1 Cfr. Albarea, (2006), *Creatività sostenibile. Uno stile educativo*, Padova, Imprimatur.

2 Cfr. Zamagni, S. (2003), *Persona e problema economico nella postmodernità*, in *Dire persona. Luoghi critici e saggi di applicazione di un'idea*, a cura di Pavan, A., Bologna, Il Mulino, pp. 239-264.

Sostenibilità interiore ed esteriore

La sostenibilità interiore riguarda la gestione delle dinamiche intrapersonali, interiori. Nella dimensione dell'interiorità c'è un gioco di resistenze, aspirazioni, contrasti, alibi e nascondimenti, ed emerge la capacità di guardarsi dentro, (il dialogo interiore), di fare una sorta di esegesi del sé, mentre la sostenibilità esteriore è centrata sui comportamenti sociali, sulle relazioni interpersonali, sull'ascolto, sul dialogo con le differenze, sul "fare comunità", sulla mediazione intelligente, investendo compiti sociali e ruoli istituzionali, ma che non può essere disgiunta dalla sostenibilità interiore.

Si intende passare da una educazione «*about and for sustainability*» verso un più radicale concetto di educazione «*as sustainability*»³.

A questo proposito Michel Foucault introduce la dimensione della esegesi del sé o tecnologia del sé, che viene intesa come un insieme di pratiche riflesse e volontarie (che poggiano sull'esercizio e sulla meditazione) per mezzo delle quali gli uomini non solo si danno delle regole di comportamento, ma cercano inoltre di trasformare se stessi, di modificarsi nel loro stesso essere singolare, e di fare della propria vita un'opera. Riti di purificazione che si sono sviluppati nel tempo come una continua «arborescenza».

La tecnologia del sé diventa col tempo coestensiva della cura di sé rispetto all'arte del vivere, secondo Foucault⁴. Gli altri, l'altro sono indispensabili nella pratica di sé, se si vuole che la forma che definisce tale pratica riesca effettivamente a raggiungere il proprio oggetto, vale a dire il sé. Così Pierre Hadot.

Il problema del vero io, secondo le digressioni di Hadot, non riguarda tanto il problema della saggezza o dell'ascetismo, quanto il cercare il sé al di sopra di se stessi: il vero io è ad un tempo dentro e fuori; vi è una ricerca continua per ritrovare la parte migliore di sé, che è un superamento di sé e anche il riconoscimento del fatto che una parte di se stessi è il nostro vero io⁵.

Non a caso, visti gli studi di Maritain su Bergson⁶, si ritrova la medesima direzione speculativa nell'ipotesi maritainiana del preconscious dello spirito, la zona intesa quale sede delle decisioni che impegnano tutta la vita della persona, da cui sgorgano le intuizioni illuminanti, in un modo affine ad una concentrazione dell'anima: sistole e diastole⁷.

Così Papa Francesco, a proposito della pratica ignaziana che si volge al discernimento: «Il discernimento è una delle cose che più ha lavorato sant'Ignazio [...] non essere ristretti dallo spazio più grande, ma essere in grado di stare nello spazio più ristretto»⁸.

Solamente nella narrazione, continua Papa Bergoglio, si può fare discernimento, non nella esplicazione filosofica o teologica, nelle quali invece si può discutere. Lo stile della Compagnia non è quello della discussione, ma quello del discernimento, che ovviamente suppone la discussione nel processo⁹.

Lo stesso per la dimensione della creatività.

Si tratta, scendendo verso il punto di vista pedagogico, di una sorta di dipanamento, costante e graduale, ma talvolta faticoso, delle variabili interdipendenti che fanno parte della persona,

| Egesi del sé

3 Sterling, S. (1996), *Developing Strategy*, in *Education for Sustainability*, editing by Huckle, J. – Sterling, S., London, Earthscan Publications, p. 200.

4 Foucault, M. (2001), *L'herméneutique du sujet*, trad. it. di Bertani M. (2003), *L'ermeneutica del soggetto. Corso al Collège de France (1981-1982)*, Milano, Feltrinelli, p. 76; Cfr. anche: Albarea, R. (2011), *Sostenibilità narrativa e dinamiche relazionali nei processi formativi. Un terreno di costruzione di significati condivisi*, *Orientamenti pedagogici*, 58, n. 1 (348), pp. 9-22; Albarea, R. (2011), *I giovani e la cultura: proposta di elaborazione pedagogica per l'autoformazione*, in *Progetto generazioni*, a cura di Corsi, M. – Spadafora, G., Napoli, Tecnodid, pp. 245-252.

5 Hadot, P. (2001), *La philosophie comme manière de vivre. Entretiens avec Jeannie Carlier et Arnold I. Davidson*, trad., it. di Peduzzi, A.C. – Cremonese, L. (2008), *La filosofia come modo di vivere. Conversazioni con Jeannie Carlier e Arnold I. Davidson*, Torino, Einaudi, p. 117.

6 Cfr. Maritain, J. (1944) *De Bergson à Thomas d'Aquin*, trad. it. di Bertolazzi, R. (1980), *Da Bergson a Tommaso d'Aquino*, Milano, Vita e Pensiero.

7 Maritain, J. (1966), *L'intuition créatrice dans l'art et dans la poésie*, trad. it. di Paganini Ivaldo, F. – Ivaldo, M. (1983), *L'intuizione creativa nell'arte e nella poesia*, Brescia, Morcelliana, pp. 115-116.

8 Spadaro, A. (2013), *Intervista a Papa Francesco*, *La civiltà cattolica*, 164, n. 3918, p. 453.

9 *Ibidem*, p. 455.



Educazione a scegliere
e al discernimento

della sua identità pluralistica e dinamica, delle sue relazioni con l’A/altro, anche nella prassi quotidiana. Si tratta inoltre di una educazione a scegliere e al discernimento, (il discernimento nasce dal discernere, dal distinguere, come il maritainiano distinguere per unire), nel micro come nel macro.

Relazione educativa, comunicativa e interpersonale

La relazione educativa e comunicativa, sostenibile e dialogante, si presenta non tanto come una mera giustapposizione di persone, processi ed interventi, bensì come una interdipendenza dialettica, critica ed empatica di assunzioni e prese di posizione (assunzioni di valore, criteri di gestione di contesti, aspettative e vissuti, stati affettivi, pratiche di intervento) che rimandano le une alle altre, costituendo così un tutto organico, ma dinamico, talvolta instabile, mai concluso ed eppur stimolante verso passi successivi.

La relazione educativa
è una relazione
asimmetrica

La relazione educativa è una relazione asimmetrica, è una relazione di potere in cui si esplica una certa autorità. Infatti gli educatori usano diverse strategie, in quanto testimoni di una qualche autorità. Sono giochi strategici e reciproci tra le libertà, quella dell’educatore e quella dell’educando.

Ma, se la relazione educativa implica un certo potere, positivo per certi versi, deve evitare di trasformarsi in stato di dominio il quale porta a sottomissione, subordinazione e perdita di autonomia.

L’autorità quindi è una forma di potere e si distingue dalla coercizione perché essa implica: regole di diritto (diritto ontologico, innanzitutto), tecniche di gestione e di governo: le regole vanno intese più nello spirito che nella lettera, *ethos* dell’educatore, pratica di sé e di libertà.

Nella misura in cui l’educatore favorisce queste condizioni evita di tradurre il suo potere in dominio, che produce lo stato di minorità.

L’asimmetria
emerge e rientra

Si passa, quindi, da una relazione tra disuguali a una relazione tra diversi, in cui la asimmetria emerge e rientra, prospettando così il futuro della relazione¹⁰.

Attraverso la dinamica delle relazioni si favorisce questo passaggio: ciò non significa che non ci sia obbedienza (obbedienza ai valori, alle regole, una obbedienza consapevole, da costruire e sempre in evoluzione); c’è da mettere in rilievo invece il fatto che l’obbedienza piuttosto che essere in armonia con le pratiche di libertà, non può che esserne in tensione, e questa è la sostenibilità nella relazione.

Per quanto riguarda la relazione comunicativa, l’essere sostenibili è fondamentale, perché al di sotto ad essa c’è il comprendersi; occorre quindi che sia attraversata dall’etica che è imprescindibile in una deontologia professionale.

Complessità e sostenibilità

Si tratta della gestione sostenibile delle proprie dipendenze (interiorità) e degli eventi sociali complessi (esteriori).

Il paradigma della complessità è nato nell’alveo della Modernità. Si adotta un criterio interpretativo che si rifà alla complessità: si ricercano le variabili intervenienti in un fenomeno e vedere come queste si influenzano a vicenda (è la teoria dei sistemi)¹¹.

Ad esempio, il corpo umano, la laguna di Venezia, una classe scolastica, una associazione, sono dei sistemi, eventi complessi, risultato della dinamica tra diversi fattori o variabili, ma che per evolvere hanno bisogno di mantenere un certo equilibrio, altrimenti tendono a dissolversi o ad autodistruggersi. Di conseguenza, è avvenuto che nel periodo storico che stiamo vivendo, definito come tarda modernità (*Late Modernity*) o postmodernità, sia emerso un altro paradigma: quello

10 Albarea, R. (2006), *Creatività e sostenibilità nella relazione educativa*, in *Sostenibilità in educazione*, a cura di Albarea, R. – Burelli, A., Udine, Forum, p. 69.

11 Cfr. Bertalanffy (von), L. (1968), *General System Theory*, trad. it. di Belloni, E. (2004), *Teoria generale dei sistemi. Fondamenti, sviluppo, applicazioni*, Milano, Mondadori.

della sostenibilità.

Si è più cauti nelle previsioni dei fenomeni, nelle progettazioni a lungo periodo, se si vuole costruire un futuro più equo per l'umanità. La sostenibilità focalizza la potenzialità dei limiti. Solo se si è coscienti dei propri limiti si può provare a superarli. Il vivere facendo affidamento sui propri limiti implica: autoconoscenza, esegesi del sé, umiltà; si fa appello al senso della misura, a doti personali, quali ironia, prudenza, cautela, autocritica, auto-osservazione, ecc., al concetto di livello soglia.

Già il *Wuppertal Institut*, nel 1996, aveva pubblicato un Rapporto dal titolo: *Zukunftsfähiges Deutschland*, poi tradotto, molto opportunamente, in italiano dalla Editrice Emi con: *Per una civiltà capace di futuro*. Allora quali conseguenze nel rapporto complessità e sostenibilità?

In riferimento all'educazione interiore e personale significa gestire in modo sostenibile le proprie dipendenze; l'autonomia del soggetto non è assoluta, ma sempre sostenibile e quindi occorre lavorare sui margini di autonomia; adottare uno stile equilibrato, adeguato, senza deliri di onnipotenza o volontà di affermazione unilaterale.

In secondo luogo significa fare previsioni più caute sugli eventi sociali complessi (esteriori), che si vanno ad analizzare ed imparare a fare scelte adeguate e contestuali, procedendo gradatamente¹².

Inoltre, in terzo luogo, significa fare autoregolazione intelligente.

Il fare autoregolazione intelligente da parte dell'adulto educatore e dei soggetti in formazione si esplica a tre livelli, seguendo il principio della congruenza di rogersiana memoria: il livello della sintonizzazione istituzionale (all'interno e all'esterno degli Enti e delle organizzazioni); il livello della sintonizzazione personale (gestione delle dinamiche interiori e relazionali); il livello della sintonizzazione metodologico-procedurale, cioè la quotidianità, nella tensione tra direzione intrapresa, rigore e sufficiente elasticità o variazioni (vi entrano i microcontesti, i comportamenti, le abitudini, le cognizioni, le intenzioni, le motivazioni, ecc.).

Pertanto occorre creare occasioni di autoriflessione, modellare l'autoregolazione sulla e nella pratica, fornire feedback delle *performances*, riflettere sistematicamente, da parte dell'educatore, sulla propria pratica didattica e relazionale. Questo significa riscoprire la potenzialità dei limiti.

La sostenibilità invoca doti quali la pazienza, il silenzio, la lentezza, l'ironia, la prudenza (antica virtù medioevale che significa attenta valutazione dei propri atti e delle conseguenze immediate e mediate che da essi ne conseguono), il gioco tra paradossi e contraddizioni, la gestione delle antinomie del vivere. Essa, la sostenibilità personale e relazionale, non significa rinuncia, piuttosto una prospettiva diversa nel rapporto con le persone e le cose, dove il senso della misura e il concetto di livello soglia sono i cardini delle scelte e dei comportamenti e dove l'esigenza di contestualizzazione continua, per individuare la sostenibilità della situazione, richiede di fare affidamento sulle funzioni 'alte' dell'intelligenza.

La poesia, l'arte, la letteratura, la filosofia, la scienza, la musica, la fede hanno un ruolo fondamentale in tale frangente storico, raffinando le virtù di questa intelligenza, invitando a scoprire la narrazione silenziosa e contemplativa nell'assordante corsa della cultura contemporanea.

Per cui si potrebbe paradossalmente affermare che 'una persona è ricca nel numero di cose che può concedersi di lasciar stare' (atteggiamento sostenibile).

Potenzialità dei limiti

Autoregolazione intelligente

Contributi corsisti intorno ai casi di sostenibilità quotidiana

Nell'insegnamento di Pedagogia Sociale del Corso di Laurea Magistrale in Governance del Welfare Sociale (Istituto Universitario Salesiano di Venezia) studenti e corsisti hanno elaborato contributi ed analisi di situazioni della propria vita o del proprio presente o passato professionale in cui emergesse il paradigma della complessità e quello della sostenibilità, in modo che fossero indotti a percorsi di riflessione, a far uso dei propri saperi esperienziali, ad utilizzare una sorta di

¹² Cfr. Albarea, R., [2008], *Concordia discors*: la tenacia e la sostenibilità nella scelta, in *Relazione educativa ed educazione alla scelta nella società dell'incertezza*, Atti del XLVI Convegno di Scholé, Brescia, La Scuola, pp. 112-128.



sensibilità metacognitiva che unisce intuizione, intelligenza distribuita, inclinazione affettiva¹³.

Sette componenti della sostenibilità come stile personale

Lo stile personale ed educativo che si appella alla sostenibilità aiuta a costruire un modo di essere e di porsi che sottolinea il vivere con eleganza e pudore all'interno dei limiti; si tende a costruire rinnovati agganci tra etica, volontà e intelligenza naturale. In tal modo, come si è detto, si passa da una educazione *about and for sustainability* verso un più radicale concetto di educazione *as sustainability*. Ecco le componenti.

La gentilezza dei costumi. Essa esalta il valore della cortesia, della civiltà, della gentilezza d'animo, della disponibilità e della comprensione, in opposizione all'asprezza dei rapporti sociali e interpersonali, alla implacabilità della violenza e alla volgarità dell'idiozia. Ci si avvicina alla tenacia sostenibile de *La ginestra* (G. Leopardi).

Il livello soglia. Una esperienza di formazione diventa una esperienza produttiva e positiva se si rispetta un certo livello soglia: al di sotto o al di sopra del quale il processo di formazione risulta inadeguato, vuoi per carenza di informazioni, di orientamenti e di 'sostegni', vuoi per sovrabbondanza di stimoli, di raccomandazioni ed eccesso di 'aiuti'.

Questo significa che l'autoformazione guidata si integra con la strutturazione dell'identità del soggetto: una identità dinamica e creativa, impegnata su più versanti, capace di gestire sia la realtà interiore multidimensionale del singolo sia la variabilità emergente dal cammino storico delle vicende umane.

Il dialogo interiore. Il dialogo interiore è una esperienza che si fa attraverso una dimensione che viene definita da Maritain¹⁴ come la dimensione di connaturalità. Si tratta della esegesi del sé. Uno stato dell'animo che lascia che le cose 'risuonino' nell'interiorità: si attua un procedimento non rettilineo, non regolare, non univoco, 'imperfetto' e 'goffo', con un movimento di domande e risposte, interrogazioni e 'sguardi reciproci', in un dialogo di echi e risonanze intelligibili.

La curiosità epistemologica. Si tratta di una inquietudine conoscitiva ed etica; l'etica si trasfigura nella conoscenza e nella cultura e la cultura si inviscera nell'etica¹⁵. L'etica diventa un necessario sovrappiù, rispetto alla competenza culturale; il bisogno di ciascuno di realizzarsi si allarga, viene condiviso dagli altri; l'esperienza della propria forza conoscitiva (fatta anche di dubbi e incertezze) si fa scoperta del pensiero e dell'animo umano, trovando luoghi imprevisi di espressione.

La dimensione trasversale. Essa si realizza nella trasversalità formativa e nella trasversalità disciplinare. La prima può emergere nei comportamenti, nello stile personale, nella congruenza valoriale (i valori non vanno solo dichiarati a voce, ma *vissuti*), nelle relazioni che si costruiscono nei contesti educativi; la seconda si basa sulla capacità di trasferire intuizioni, prospettive, concetti, scoperte da un settore all'altro dell'esperienza, sulla capacità di deduzione e induzione per arrivare ad accostamenti audaci, proposte di interpretazione, ipotesi esplicative. Ambedue queste trasversalità possono ricorrere ai procedimenti della analogia e della metafora, in una sorta di dialettica tra contestualità e astrazione. La trasversalità formativa diventa un *a priori*, rispetto alle scelte pedagogiche di fondo, mentre la trasversalità disciplinare è frutto di un lavoro *a posteriori*.

La militanza e l'impegno educativo si fondano sulla ricerca dei fondamenti, in antitesi ad ogni rassicurazione meramente psicologica. Non c'è essere umano, per quanto potente, che possa bastare a se stesso (sostenibilità): si è tutti interagenti, complementari l'uno all'altro, in una unica comunità di destino, alla base della quale c'è la comprensione di un destino condiviso¹⁶.

È la sfida della pace e della condivisione delle risorse. O si perde tutti insieme o si vince tutti

13 Maritain, *L'intuizione creativa*, cit., pp. 146-148.

14 Maritain, *L'intuizione creativa*, cit., p. 137.

15 Freire, P. – Macedo, D.P. (1995), A Dialogue: Culture, Language and Race, *Harvard Educational Review*, n. 3, pp. 377-402.

16 Morin, E. (1999), *La tête bien faite*, trad. it. di Lazzari, S. (2000), *La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Milano, Cortina, p. 50.

insieme (come nell'episodio di Ulisse quando nella reggia dei Feaci piange ricordando gli orrori della guerra di Troia). Ospitalità ed estraneità sono due facce della stessa medaglia: la relazione con l'altro/Altro.

La militanza educativa, alla luce della dimensione della sostenibilità, ricerca l'umano in ciascuno. Ma che cos'è l'umano? Si estrae una possibile definizione da una intervista effettuata ad una operatrice di *Medici senza frontiere*¹⁷. Umano è tutto ciò che resiste al discrimine dell'elezione, della selezione e dell'esclusione.

C'è una antropologia della selezione da combattere, essa non interviene solo nello stabilire la differenza tra i vari Nord e Sud del mondo, tra popoli ricchi e popoli poveri, tra aree dell'abbondanza e aree della fame, ma opera a catalogare, dividere, emarginare, semplificare, standardizzare ceti e persone anche nella quotidianità, nelle stesse economie e società dell'Occidente.

In antitesi a questa antropologia della selezione, la militanza educativa ispirata dalla sostenibilità ricerca l'impegno rispetto alla superficialità, ricerca la giustizia rispetto alla tolleranza e all'assistenzialismo, ricerca un futuro possibile invece che retoriche o propaganda, ricerca la memoria al posto della dimenticanza.

Ultima componente è l'*ilarità*. Essa è la propensione all'assurdo e all'inattualità. La grazia e le rivelazioni autentiche si incontrano, paradossalmente, nell'iter creativo e formativo quando non sono deliberatamente cercate e volute (*serendipity*). In questo senso si situa l'imperfezione, l'inciampo e la 'goffaggine'; bisogna forse essere goffi ed imperfetti per non programmare ogni cosa ed essere incapaci di aperture, cioè eccessivamente strutturati.

Quindi, accanto alla cautela sostenibile, all'umiltà della ginestra, alla gioia del conoscere, c'è anche una sorta di serenità che si appella all'ilarità. Ilare si contrappone ad austero, più l'anima mette le ali, più si riveste di ilarità e si fa più leggera. Si potrebbe chiamarla «leggerezza pensosa», citando Italo Calvino¹⁸. Ma la cosa è ancora più intrigante.

Come ha affermato un monaco della Comunità monastica di Camaldoli (Arezzo), nei Settanta, la traduzione greca della Bibbia ebraica, il termine *hileos* (da cui deriva ilare) ha la stessa radice di *hilarós*, che significa grazia, misericordia e perdono verso i peccatori; in questo senso il Figlio è detto *hilasmós*: atto della riconciliazione, manifestazione di amore, mediante il quale è vinto il peccato e il male. Cristo è allora il Conciliatore (che può essere soltanto Colui che si dona gratuitamente per grazia) è l'*Hilaris* per eccellenza¹⁹.

Cosa vuol dire questo? Al di là dell'impegno sociale e dell'idea di giustizia, adottare un stile personale sostenibile come testimonianza educativa, vuol dire ricerca di autenticità e di riconciliazione; vuol dire *essere misericordiosi*, come libero sovrappiù, essere ilari, appellarsi alla misericordia di Dio e degli uomini.

| *Cos'è l'umano?*

| *Ricerca di autenticità e di riconciliazione*

17 Albarea, *Creatività sostenibile*, cit., p. 238; Piacentini, G. (2003), Il nostro stile di vita a confronto con la Giustizia. Incontro con Nicoletta Denticò, *Medici senza Frontiere, La rete di Indra*, n. 1, pp. 15-25.

18 Cfr. Calvino, I. (1988), *Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio*, Milano, Garzanti.

19 Cacciari, M. (1990), *Dell'inizio*, Milano, Adelphi, p. 671.



Bibliografia

- Albarea, R. (2006), *Creatività sostenibile. Uno stile educativo*, Padova, Imprimeria.
- Albarea, R. (2006), Creatività e sostenibilità nella relazione educativa, in *Sostenibilità in educazione*, a cura di Albarea, R. – Burelli, A., Udine, Forum, pp. 67-93.
- Albarea, R. (2008), *Concordia discors*: la tenacia e la sostenibilità nella scelta, in *Relazione educativa ed educazione alla scelta nella società dell'incertezza*, Atti del XLVI Convegno di Scholé, Brescia, La Scuola, pp. 112-128.
- Albarea, R. (2011), I giovani e la cultura: proposta di esplorazione pedagogica per l'autoformazione, in *Progetto generazioni*, a cura di Corsi, M. – Spadafora, G., Napoli, Tecnodid, pp. 245-252.
- Albarea, R. (2011), Sostenibilità narrativa e dinamiche relazionali nei processi formativi. Un terreno di costruzione di significati condivisi, *Orientamenti pedagogici*, 58, n. 1 (343), pp. 9-22.
- Bertalanffy (von), L. (1968), *General System Theory*, trad. it. di Bellone, E. (2004), *Teoria generale dei sistemi. Fondamenti, sviluppo, applicazioni*, Milano, Mondadori.
- Bocchi, G. – Ceruti, M. (1985), a cura di, *La sfida della complessità*, Milano, Feltrinelli.
- Calvino, I. (1988), *Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio*, Milano, Garzanti.
- Cacciari, M. (1990), *Dell'inizio*, Milano, Adelphi.
- Foucault, M. (2001), *L'erméneutique du sujet*, trad. it. di Bertani, M. (2003), *L'ermeneutica del soggetto. Corso al Collège de France (1981-1982)*, Milano, Feltrinelli.
- Freire, P. – Macedo, D.P. (1995), A Dialogue: Culture, Language and Race, *Harvard Educational Review*, n. 3, pp. 377-402.
- Hadot, P. (2001), *La philosophie comme manière de vivre. Entretiens avec Jeannie Carlier et Arnold I. Davidson*, trad. it. di Peduzzi, A.C. – Cremonese, L. (2008), *La filosofia come modo di vivere. Conversazioni con Jeannie Carlier e Arnold I. Davidson*, Torino, Einaudi.
- Maritain, J. (1966), *L'intuition créatrice dans l'art et dans la poésie*, Paris, Desclée de Brouwer, trad. it. di Paganini Ivaldo, F. – Ivaldo, M. (1983), *L'intuizione creativa nell'arte e nella poesia*, Brescia, Morcelliana.
- Maritain, J. (1944), *De Bergson à Thomas d'Aquin*, trad. it. di Bertolazzi, R. (1980), *Da Bergson a Tommaso d'Aquino*, Milano, Vita e Pensiero.
- Morin, E. (1999), *La tête bien faite*, trad. it. di Lazzari, S. (2000), *La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Milano, Cortina.
- Piacentini, G. (2003), Il nostro stile di vita a confronto con la Giustizia. Incontro con Nicoletta Dentico, Medici senza Frontiere, *La rete di Indra*, n. 1, pp. 15-25.
- Spadaro, A. (2013), Intervista a Papa Francesco, *La civiltà cattolica*, 164, n. 3918, pp. 449-477.
- Sterling, S. (1996), Developing Strategy, in *Education for Sustainability*, editing by Huckle, J. – Sterling, S., London, Earthscan Publications, pp. 197-211.
- Zamagni, S. (2003), Persona e problema economico nella postmodernità, in *Dire persona. Luoghi critici e saggi di applicazione di un'idea*, a cura di Pavan, A., Bologna, Il Mulino, pp. 239-264.
- Wuppertal Institut (1996), *Zukunftsfähiges Deutschland*, Basel, Birkhäuser Verlag.
- Wuppertal Institut (1996), *Per una civiltà capace di futuro*, Bologna, EMI.



COMUNICAZIONE E SVILUPPO SOSTENIBILE

Francesco Pira

FRANCESCO PIRA

Docente di Comunicazione
all'Università di Messina e allo
IUSVE

In questo testo si cercherà di riflettere intorno al tema della centralità della comunicazione e del suo valore strategico rispetto a quello dello sviluppo sostenibile nell'ambito della comunicazione ambientale. L'analisi parte dalla verifica delle motivazioni che stanno alla base dello stato di crisi della comunicazione ambientale, delle responsabilità e delle cause, per illustrare l'evoluzione del quadro normativo italiano in tema di diritto all'informazione ambientale e di come questa si innesti nel processo interrotto di costruzione della relazione tra cittadino e pubblica amministrazione. Si affronterà quindi il tema della perdita del patrimonio culturale storico della nazione necessario per affrontare la comprensione dell'attuale complessità, per arrivare ad illustrare la tesi della necessità di superare la settorialità della comunicazione ambientale per integrarla in un concetto più ampio di sostenibilità e delle potenzialità della società in rete come luogo di creazione di conoscenza.

In this text we will try to reflect on the issue of the centrality of communication and its strategic value within that of sustainable development in the field of environmental communication. The investigation starts from the analysis of the elements that underlie the state of crisis of environmental communication, responsibilities and causes, to illustrate the evolution of Italian legislative framework concerning the right to access to environmental information and how this fits into the interrupted process of building the relationship between citizens and public administration. We then focus on the loss of cultural heritage of the nation, a necessary background to understand the complexity of today social environment. We then get to illustrate the thesis about the exigency to overcome the segmentation of environmental communication, to integrate it into a broader concept of sustainability and to focus on the potentiality of the networked society as a place of building knowledge.



Foto

Francesco Pira



La comunicazione è il
fondamento dell'agire
sociale

Premessa

«Potrebbero morire pesci o uomini, il bagno nei fiumi e nei mari potrebbe causare malattie, potrebbe non esserci più benzina nei distributori e la temperatura media potrebbe crescere o calare; fino a che su questo non si comunica, ciò non ha alcun effetto sociale».¹

La parola d'ordine è 'comunicare', senza comunicazione l'informazione non circola, non si crea relazione, non si costruisce cultura. La comunicazione è il fondamento dell'agire sociale. Nello studio della sociologia si definiscono classicamente tre tipologie di comunicazione: pubblica, politica e d'impresa. Sono ambiti di studio, di teorizzazione e osservazione. L'analisi ha condotto all'individuazione di tipologie di comunicazione specifiche che hanno costituito il sottoinsieme degli ambiti generali. Così nel tempo ci si è cimentati nella ricerca sulle dinamiche della comunicazione istituzionale, sociale, e all'interno di quest'ultima di tutti i settori che ad essa attengono, inclusa la comunicazione ambientale. Ma oggi che i capisaldi teorici sono stati definiti, che le regole base sono state individuate, l'accelerazione, la mutazione continua dell'assetto sociale, economico e politico a livello globale rendono del tutto evidente che la teoria definita sull'individuazione di campi e di specificità necessita essa stessa di una profonda discussione, per capire se e quanto essa risulti ancora aderente alla realtà che ci circonda.

La visione di Luhman poneva l'accento sulla necessità di comunicare, eppure da allora il pensiero sociologico e filosofico hanno proposto interpretazioni sull'evoluzione dello scenario sociale globale che mostrano come continuiamo a dibatterci tra paure e opportunità, in assenza di una visione strategica capace di indirizzare i bisogni, le aspettative e le energie.

De Kerckhove sosteneva che «Quando si analizza a fondo l'economia, ci si accorge che essa dipende più dall'atteggiamento globale delle persone che fanno parte di un determinato settore che non da questioni di denaro o di disponibilità materiali. [...] Una vera metamorfosi potrebbe derivare soltanto da qualcosa di più profondo, da un sentimento viscerale di appartenenza al mondo, da una responsabilità fisica, prima che morale, nei riguardi dello spazio coperto da tutte le nostre estensioni tecniche, da una sensibilità, quasi da un brivido, verso le sofferenze, anche quelle più lontane da noi. L'accelerazione dell'economia verso la velocità della luce, con la 'numerizzazione', fanno sì che denaro, informazione, intelligenza, comunicazione, convergano tutti entro le onde di una sola corrente. Possiamo già esigere dai nostri Stati che ci difendano dai monopoli delle reti. Chi vorrebbe vivere nel mondo di *Blade Runner* o di *Atto di forza*? Può darsi che all'intelligenza connettiva si affianchi un cuore connettivo: ma è una questione di velocità».² Responsabilità, convergenza, intelligenza connettiva, tutti elementi che sono stati alla base di quella corrente di pensiero nella quale si sono inseriti poi Levy e Jenkins con la teorizzazione dell'utopia dell'*intelligenza collettiva* e del nuovo modello sociale basato sull'idea della *cultura partecipativa*.³ Eppure questi pensatori offrono modelli, teorie che non trovano ancora la strada della concretizzazione, tanto che oggi la sfida continua ad essere quella di costruire un percorso di comunicazione capace di promuovere una nuova cultura condivisa. In tal senso proprio la lucida analisi offerta da Bauman evidenzia tutti i lati oscuri della società che sembra 'annegare' nel *mondo liquido* 'disegnato' dallo stesso Bauman: «Alla maggior parte di noi e per la maggior parte del tempo, sembra che le questioni locali siano le uniche su cui possiamo 'fare qualcosa': influire, riparare, migliorare, reindirizzare. Le nostre azioni o non azioni possono 'fare la differenza' soltanto sulle questioni locali, dato che per quanto riguarda gli affari 'sopralocali' non c'è 'nessuna alternativa'; arriviamo a credere che gli 'affari globali', considerando la penosa inadeguatezza di mezzi e risorse a nostra disposizione, seguiranno il loro corso qualunque cosa facciamo o

1 Luhman, N., (1989), *Ecological Communication*, Chicago, University of Chicago Press, trad. it. di Sutter, R. (1989), *Comunicazione ecologica: può la società moderna adattarsi alle minacce ecologiche?*, [con un saggio introduttivo di Achille Ardigò], Bologna, Il Mulino, p. 8.

2 Koslowski, P. – De Kerckhove, D. – Alexander, J.C. (1997), *Trouver sa place dans l'économie des réseaux; Civil Society in a Postmodern Age; Ethical, Normative and Empirical Discourses*, trad. it. di Cava, A., a cura di Donati, P. (1997), *L'etica civile alla fine del XX secolo: tre scenari*, Milano, Mondadori, pp. 105-106.

3 Jenkins, H., (2006), *Convergence Culture*, New York, New York University Press, p. 259.

qualunque cosa possiamo ragionevolmente contemplare di fare».⁴

Globalizzazione, questione ambientale, società in rete, sviluppo sostenibile, si intrecciano con la crisi economica, la debolezza della politica, iper-consumismo, la paura per il futuro. In questo contesto si innesta la questione dell'urgenza strategica di comunicare lo sviluppo sostenibile.

Lo stato di crisi della comunicazione ambientale

L'urbanizzazione e lo sviluppo economico degli anni Sessanta, le prime crisi ambientali degli anni Settanta e le forti, e in alcuni casi violente, contrapposizioni politiche di quegli anni rappresentano il terreno nel quale crescono le prime istanze ambientaliste che trovano sistematizzazione nella nascita di associazioni volontarie, su base transnazionale per cercare di mobilitare intorno ai temi della salvaguardia ambientale. A loro si deve la presa di coscienza della politica, almeno di una parte di essa, tanto da dare vita anche a partiti politici, quali i Verdi, che in Europa, in modo particolare, delle istanze ambientaliste fanno l'ossatura del proprio programma politico. Proprio la 'politicizzazione' di queste istanze crea la prima frattura, con l'instaurarsi di una contrapposizione ideologica tra progressisti e conservatori, tra pro ambiente e pro sviluppo economico. Una frattura che non è stata superata nemmeno dalla politica sovranazionale, trattati internazionali, protocolli d'intenti, libri verdi della CEE, i quali sono rimasti per troppo tempo parole sulla carta e che non sono entrati nell'agenda politica dei singoli governi.

La crisi economica partita negli anni Ottanta, e che non si è ancora arrestata, ha contribuito a far affievolire la capacità di comprendere e progettare nuovi modelli di sviluppo. Paradossalmente, la cosiddetta 'società in rete' ha creato grandi opportunità di conoscenza e condivisione, ma il numero esponenzialmente crescente di bit d'informazioni e le paure che la crisi economica porta con sé, hanno dato origine ad una caduta delle competenze.

La comunicazione ambientale al pari di altri ambiti di comunicazione di carattere sociale, e non solo, paga il limite della mancanza di una visione strategica e di una conseguente incapacità di dare vita ad un percorso omogeneo, creando così visioni contraddittorie. Istituzioni, scuola, giornalisti, ambientalisti tutti hanno responsabilità in questa crisi della comunicazione ambientale. Se istituzioni e scuola, da un lato, non hanno saputo costruire percorsi programmatici e di formazione inclusivi dei temi ambientali come risorsa e non come ostacolo allo sviluppo, i giornalisti hanno vissuto e vivono i temi ambientali solo nella loro dimensione di fatto di cronaca. Così come avviene per molti eventi di carattere sociale, i temi ambientali entrano nell'agenda setting solo sotto l'urgenza dell'ennesima catastrofe e ne escono quando si tratta di illustrare le buone pratiche o di indagare a fondo sul fenomeno. Anche agli stessi ambientalisti è spesso mancata la forza e la capacità di dare vita a percorsi d'informazione duraturi e costanti nel tempo. Restano spesso solo le iniziative evento che catalizzano l'attenzione per un breve periodo, ma che non sono sufficienti a consolidare consapevolezza e dunque un'evoluzione ed una maturazione dei comportamenti.

Inoltre, il cambiamento stesso del linguaggio comunicativo, la pervasività dei mezzi di comunicazione, la trasformazione degli individui da consumatori a iper-consumatori, hanno trasformato anche il modo in cui si veicola la divulgazione scientifica. La ricerca di un linguaggio sempre più veloce, il bisogno a fini commerciali/pubblicitari di catalizzare l'attenzione del pubblico, hanno modificato il modo di costruire i format divulgativi. I documentari della *National Geographic* e di *Quark* trovano la concorrenza agguerrita in programmi dove la divulgazione lascia sempre più spazio agli effetti di spettacolarizzazione, avventura e rischio che hanno portato ad un'eccessiva semplificazione del linguaggio che ne impoverisce il contenuto.

Il diritto all'informazione ambientale

«Il diritto di accesso all'informazione in materia ambientale viene sancito per la prima volta in Italia con l'istituzione del Ministero dell'Ambiente nel 1986 (L. 8 luglio 1986 n. 349). L'art. 14 comma 3, dispone che 'Qualsiasi cittadino ha diritto di accesso alle informazioni sullo

Caduta delle
competenze

⁴ Bauman, Z., (2006), *Modus Vivendi*, trad. it. di D'Amico, S. (2007), *Modus Vivendi: Inferno e utopia del mondo liquido*, Bari, Laterza, p. 94.



Trasparenza nella Pubblica Amministrazione

*stato dell'ambiente disponibili, in conformità delle leggi vigenti, presso gli uffici della pubblica amministrazione e può ottenere copia previo rimborso delle spese effettive di ufficio il cui importo è stabilito con atto dell'amministrazione interessata.*⁷

*Si trattava di una disposizione estremamente innovativa per quegli anni, poiché la pubblicità e l'accesso alle informazioni ed alla documentazione amministrativa erano ancora considerate misure eccezionali».*⁵

Dunque anche l'informazione ambientale si innesta nel solco di quella trasformazione della relazione tra Pubblica Amministrazione e cittadini che, come si è detto altrove, «[...] è necessario che si attui attraverso una vera relazione tra Istituzioni e cittadini. Proprio intorno al concetto di cittadinanza e al ruolo attivo del cittadino nei processi amministrativi e politici, al suo coinvolgimento, che si è sviluppato un processo che ha investito le Istituzioni europee e nazionali e che ha portato all'introduzione dei principi della Responsabilità sociale e della trasparenza nella Pubblica Amministrazione, che stanno modificando il modo di operare e comunicare di tutti soggetti coinvolti»⁶. Anche se, come afferma Antonio La Spina «[...] Nonostante tali importantissimi provvedimenti, cui hanno fatto seguito anche norme secondarie, tra cui una recente direttiva in tema di rilevazione della soddisfazione degli utenti, ciò che tutt'ora si riscontra dentro le pubbliche amministrazioni, ma anche al loro esterno, è una concezione riduttiva della comunicazione pubblica, limitata pressoché esclusivamente ad alcuni aspetti - peraltro di per sé certamente importanti - come le informazioni al pubblico, la semplificazione del linguaggio, la gestione dei reclami, e di recente l'utilizzo delle tecnologie informatiche e telematiche.

In effetti, la comunicazione pubblica è questo, ma è anche altro. È certamente importante semplificare il linguaggio, trasmettere le informazioni essenziali, lanciare messaggi efficaci, reperire e saper usare le tecnologie che garantiscono i rendimenti comunicativi migliori. Ma per realizzare un'adeguata comunicazione pubblica non bisogna fermarsi solo su questi aspetti, che correrebbero il rischio di risultare parziali, o esteriori. In particolare, nella nostra situazione lo sforzo di pervenire ad una corretta comunicazione pubblica può e deve diventare una cruciale leva di innovazione e apprendimento nelle prassi amministrative. Una comunicazione corretta deve avvenire sia prima, sia dopo lo svolgimento dell'attività di un'organizzazione, rilevando sistematicamente e in modo metodologicamente corretto esigenze e bisogni che diversamente potrebbero anche non manifestarsi e comunque prevenendo il manifestarsi di insoddisfazioni e disservizi. I bisogni di tutta la popolazione e l'impatto reale che l'attività pubblica avrà su di essi nel breve e nel medio - lungo termine dovrebbero essere oggetto di una osservazione sistematica e professionale, anziché episodica e improvvisata».⁷

Far nascere una cultura ambientale

Ripartiamo dal concetto di conoscenza. Edgar Morin evidenzia la necessità di insegnare l'*identità terrestre*: «Per pensare i loro problemi e i problemi del loro tempo, i cittadini hanno bisogno di comprendere non solo la condizione umana nel mondo, ma anche il mondo umano che, nel corso della storia moderna è divenuto quello dell'era planetaria. Dal XVI secolo siamo entrati nell'era planetaria e, dalla fine del XX secolo, siamo nella fase della mondializzazione».⁸

Questo significa dare continuità al pensiero, mantenere il filo conduttore della storia e della memoria, la comprensione della complessità che ognuno di noi vede come effetto della mondializzazione necessità del potenziamento di strumenti d'interpretazione che non possono

5 Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, (2008), *Il ruolo dell'informazione e della comunicazione come fattori di facilitazione nei processi di condivisione delle strategie decisionali. Verso la Strategia Nazionale per la Biodiversità*, in www.minambiente.it, p. 21.

6 Pira, F. (2009), *Il web come strumento per una nuova comunicazione ambientale, in La comunicazione ambientale: sistemi, scenari e prospettive*, a cura di Balzaretto, E. - Gargiulo, B., Milano, FrancoAngeli, p. 228.

7 Pira, F. (2005), *Come Comunicare il Sociale*, Milano, FrancoAngeli, p. 9.

8 Morin, E. (2000), *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*, Paris, Seuil, trad. it. di Lazzari, S. (2001), *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Milano, Raffaello Cortina, p. 63.

prescindere dal retaggio della propria cultura, innestata nel nuovo contesto. Troppo spesso abbiamo assistito allo smantellamento delle competenze, la società si indebolisce e non salvaguarda la propria memoria. La storia economica del nostro Paese si è costruita per molto tempo come Paese a forte matrice agricola. L'industrializzazione, processo evolutivo naturale che si è avviato nel secondo dopoguerra, ha agito in un contesto con elevati tassi di analfabetismo, ha creato benessere ma non ha dato solidità alla cultura della nazione, rendendo più difficile interpretare l'odierna complessità.

Eppure, «È la complessità produttrice/distruttrice delle reciproche azioni delle parti sul tutto e del tutto sulle parti che costituisce un problema. Abbiamo quindi bisogno di concepire l'insostenibile complessità del mondo, nel senso che dobbiamo considerare allo stesso tempo l'unità e la diversità del processo planetario, le sue complementarità e, insieme, i suoi antagonismi. Il pianeta non è un sistema globale, ma un vortice in movimento. Esso richiede un pensiero policentrico capace di tendere all'universalismo non astratto, ma consapevole dell'unità/diversità umana, e richiede un pensiero policentrico delle culture del mondo. Questa è la finalità dell'educazione che, nell'era planetaria, deve operare per l'identità e per la coscienza terrestre».⁹

Il pianeta, la Terra, il territorio che ci circonda non rappresentano solo la dimensione fisica dove ognuno di noi nasce, cresce, muore ed assume la dimensione etica e sociale di ambiente, di patria alla quale apparteniamo. In questo modo il territorio quale ambiente sociale diventa allo stesso tempo soggetto e oggetto della comunicazione, così da diffondere conoscenza, condivisione e senso di appartenenza alla terra. Affinché questo processo virtuoso si realizzi è necessario che gli individui recuperino la loro dimensione di cittadini e che assurgano alla sovradimensione di cittadini del pianeta. Si tratta di un vero e proprio 'cambio culturale' in una società basata come non mai sul paradigma del consumismo. In effetti lo sviluppo tecnologico, la nascita della società in rete, la globalizzazione hanno aumentato le connessioni, le opportunità e ne hanno velocizzato i flussi. Questo ha comportato la generazione di una produzione di beni e servizi sempre nuovi e ha compresso il tempo di utilizzo dei beni acquistati, instaurando un'ipertrofica necessità di allargare i propri consumi. I confini fisici e mentali si sono assottigliati e ciò che ieri sembrava irraggiungibile oggi è mostrato come possibile.

«Nella nostra società liquido-moderna di consumatori, l'industria dello sfratto/sostituzione/smaltimento/evacuazione è una delle poche attività commerciali a cui sia garantita una continua crescita e che risulti immune dalle bizzarrie dei mercati dei consumatori. [...] L'eccesso e lo spreco sono i più leali, anzi, gli inseparabili compagni di viaggio dell'economia consumista, destinati a restare uniti finché la morte (di entrambi) non li separi».¹⁰

Iper-consumatori da un lato e con grandi aspettative di standard di qualità della vita dall'altra. Una vera contrapposizione tra la compulsione al consumo e la cecità nel non vedere come gli scarti che si generano abbassino la qualità della nostra vita. Così continuiamo a scandalizzarci per i depositi di rifiuti tossici, per le isole di plastica in mezzo agli oceani, le contraffazioni alimentari e protestiamo quando siamo travolti dai disastri ambientali, quali, ad esempio, le piene dei fiumi, le frane ed i terremoti.

Eppure è necessario e urgente uscire da questa *impasse*. Una risposta ci viene proposta da Balzaretto che introduce: «[...] la capacità dell'ambiente di farsi merce e quindi di entrare nel sistema e non esserne escluso. Non dispiaccia la parola merce. La merce, in questo momento storico, è essa stessa uno dei valori più importanti. In questo sistema di iper-consumo anche i valori immateriali lo possono diventare, per quanto confusi e labili. Eppure le ultime mutazioni di questo sistema ci riservano un nuovo e rilevante interesse all'etica e alle forti valorialità nei consumi».¹¹

L'ambiente può diventare una merce, e di fatto già lo è, per l'iniziativa di molti imprenditori del *food*, e non solo, che utilizzano come elemento chiave di marketing la sensibilità e il rispetto per l'ambiente, i quali diventano così un valore aggiunto del prodotto. Il consumo di prodotti biologici e *green* cresce in modo continuativo. Del resto siamo tutti alla ricerca della qualità. Basti pensare

Iper-trofica necessità di allargare i propri consumi

Forti valorialità nei consumi

9 *ibidem*, pp. 64-65.

10 Bauman, Z. (2012), *On Education: conversation with Riccardo Mazzeo*, Hoboken, NJ, USA, Wiley, trad. it. di Mazzeo, R. (2012), *Conversazioni sull'educazione*, Trento, Erickson, p. 50.

11 Balzaretto, E. - Gargiulo, B., *La comunicazione ambientale ...*, cit., p. 91.



all'ultima campagna generata da uno dei marchi leader della Grande Distribuzione Organizzata - GDO in Italia per vedere coniugati due elementi valoriali primari nella motivazione all'acquisto dei beni primari: qualità e prezzo.

5. Comunicazione ambientale versus comunicazione sostenibile

Per troppo tempo la comunicazione ambientale è rimasta ancorata al concetto di comunicazione settoriale, rivolta a target definiti con un maggiore grado d'istruzione e con maggiore capacità di spesa. Un certo attivismo ed associazionismo, con scarse proposte alternative, ha indotto nell'opinione comune l'idea che 'i verdi' si oppongano allo sviluppo economico *tout court*. In questo momento di urgenza nell'individuare un nuovo modello di sviluppo (data la crisi in cui versa l'attuale) diventa prioritario superare questa dimensione del falso mito secondo il quale la protezione ambientale significa immobilismo e antieconomicità, per arrivare ad affermare, far comprendere e dunque condividere la prospettiva dello sviluppo sostenibile come motore di benessere e di crescita economica.

Il concetto di sostenibilità supera e integra la dimensione di salvaguardia ambientale per approdare ad una dimensione più vasta che ricomprende al suo interno un insieme di diritti e obiettivi, i quali, se integrati, consentono la realizzazione di un modello di sviluppo economico e una diversa idea di cultura che vedono ampliata la base di coloro che possono accedere alla conoscenza. Questo significa passare da un'idea di comunicazione tattica ad una strategica, capace di delineare un percorso significativo e percorribile, in modo da creare relazione e condivisione: solo così, aumentando la consapevolezza delle persone, delle aziende, delle istituzioni si potrà progettare la via per uno sviluppo sostenibile. Da questo punto di vista l'universo *social* può rappresentare una grande risorsa. La diffusione, la proliferazione possono rappresentare un potente strumento al servizio della conoscenza. Certamente non si possono e non si devono nascondere i rischi che sono sotto gli occhi di tutti: la manipolazione, il populismo, il falso sono elementi che viaggiano nelle nostre reti di relazioni e nei luoghi che pensiamo sicuri. Eppure esempi virtuosi mostrano che la strada può essere percorsa. *Andrea Boraschi, responsabile del progetto 'Energia e Clima' di Greenpeace, sul sito dell'associazione racconta della campagna condotta contro l'azienda tedesca Volkswagen. «Due anni fa lanciammo una campagna contro Volkswagen, il maggior produttore di auto in Europa, il secondo al mondo, proprietario di marchi quali Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, SEAT, Skoda. Il marchio tedesco è leader non solo in termini di fatturato, ma anche per capacità produttive e tecnologiche. Volevamo cambiare gli standard di emissione di una grande casa automobilistica (in Europa 1 macchina su 5 viene dal gruppo VW), credendo che ciò potesse fare la differenza. Il settore trasporti rappresenta, su scala globale, circa il 20% delle emissioni dirette di gas serra; e la maggior parte di queste vengono dalla mobilità su strada. Dal 1970 a oggi la crescita delle emissioni del settore trasporti è stata del 120%, inferiore solo a quella del settore energia. [...] Sembrava una sfida impossibile. Fino a ieri, quando dal Motor Show di Ginevra Volkswagen ha preso un impegno significativo, dichiarando pubblicamente che la sua flotta emetterà mediamente 95 grammi di CO₂ (un consumo di circa 4 litri per 100 chilometri) entro il 2020. Nel 2010, quando lanciammo la nostra campagna ispirata alla narrativa di Star Wars - che Volkswagen aveva brillantemente sfruttato per un suo bellissimo spot - la prima risposta che ricevemmo dall'azienda fu la seguente: che quell'obiettivo di efficienza - 95gr CO₂/km - era impossibile e irrealistico per l'industria automobilistica. Ma noi vedevamo il Bene in Volkswagen (disponevano già della migliore tecnologia di abbattimento delle emissioni, la *Bluemotion*, ma la commercializzavano poco); e decidemmo di voler sottrarre l'azienda dal Lato Oscuro della Forza! Quello assunto ieri è un impegno doppiamente significativo: perché preso prima che l'Unione Europea riveda gli obiettivi di efficienza per i motori (una decisione in tal senso è attesa per il giugno prossimo: e dovrebbe indicare proprio quel valore - 95grCO₂/km - come parametro per il 2020); e perché *Volkswagen si è impegnata a raggiungere quel traguardo senza avvalersi di alcun 'trucchetto' nei metodi di calcolo delle emissioni della sua flotta [...] Greenpeace non ce l'avrebbe mai fatta a smuovere un colosso come Volkswagen senza il sostegno di oltre 500 mila persone in tutto il mondo.* La vittoria di oggi è tutta per il clima e per il Pianeta. E per quanti mal sopportano*

la parola ‘impossibile’ e, al pessimismo della ragione, rispondono con l’ottimismo della volontà. Ancora grazie ai 500 mila Jedi che si sono uniti all’Alleanza Ribelle e hanno sconfitto il Lato Oscuro di Volkswagen. La Forza sia con voi». ¹²

I video ancora disponibili in rete e su *Youtube* mostrano un linguaggio estremamente efficace. La narrazione costruita a partire da uno spot dell’azienda vede riproposto lo stesso set dove i protagonisti sono i bambini, i quali costituiscono un’allegra brigata che, sulla scia degli eroi di *Guerre Stellari*, combattono contro ‘il lato oscuro di VW’. Si è dato così avvio ad un processo che ha coinvolto centinaia di migliaia di persone e che ha certamente stimolato positivamente il colosso europeo. Oggi sul sito dell’azienda troviamo un’ampia sezione dedicata al progetto *Think Blue* con le autovetture e la tecnologia di nuova concezione. È evidente che il merito non è appannaggio esclusivo di *Greenpeace*: un progetto industriale non nasce da un giorno all’altro, ma l’azienda ha valutato che quella strada potesse avere un potenziale di *business*, una sua sostenibilità economica. Pensare e costruire in termini di futuro e non solo di trimestrale porta vantaggio competitivo. Ecco un esempio virtuoso di ambiente come merce, un ribaltamento del paradigma dell’antieconomicità della salvaguardia del pianeta.

Gli esempi non si esauriscono qui. Iniziano a fiorire *social network* tematici che hanno come obiettivo quello di catalizzare l’attenzione di persone con specifici interessi.

È questo il caso del *social Wiser.org* (saggio), il *social network* per la sostenibilità, «una comunità on line che consente di localizzare e connettere quel movimento globale composto da organizzazioni e singole persone interessate ai problemi più importanti della nostra epoca: cambiamento climatico, povertà, ambiente, pace, acqua, fame, giustizia sociale, conservazione della natura, diritti umani e tanti altri. Connettere le persone, condividere le conoscenze e costruire alleanze è la missione di Wiser». ¹³ Si tratta di una comunità globale che conta circa 80.000 persone e banche dati gratuite e un localizzatore globale di eventi. Sulla pagina ‘Chi siamo’ si legge che esistono oggi nel mondo più di un milione di organizzazioni *no profit* «che si danno da fare per la sostenibilità ecologica, la giustizia economica, la protezione dei diritti umani, la responsabilità politica e la pace, problemi che sono sistematicamente interconnessi tra loro. La nostra efficienza nel prevenire i danni ed instaurare dei cambiamenti positivi è compromessa dalla nostra mancanza di consapevolezza collettiva, dalla duplicazione degli sforzi e dallo scarso collegamento». ¹⁴

Social networks tematici e comunità globali rappresentano una grande opportunità ed una risposta strategica per costruire un’efficace comunicazione sostenibile. Sfruttare tutte le risorse, unire, condividere, conoscere e agire nel concreto, nella propria comunità. Dal *globale* al *locale* e dal *locale* al *globale*, riprendendo un concetto che è stato in voga per molto tempo. Ma oggi potremmo addirittura affermare che parlare di locale non ha più senso. Il nostro agire, *hic et nunc* ha ripercussioni sull’insieme, il fatto che non lo percepiamo non significa che gli effetti non si manifestino comunque. Le regole di una buona comunicazione non sono cambiate, il contesto è cambiato ed è imperativo comprenderlo per potersi relazionare in modo efficace.

Conclusioni

A conclusione appare evidente come in una fase così cruciale dello sviluppo sociale globale, la comunicazione a tutti i livelli giochi un ruolo strategico. Il sistema di relazioni è amplificato, intensificato. La connessione è il luogo del nostro universo relazionale. I *media* sono parte integrante del vissuto quotidiano ed è attraverso di essi che costruiamo le nostre opinioni, che le scambiamo e in parte condividiamo. Eppure la crisi economica e valoriale che l’intera società sta attraversando disegna una società di rete apparente e di isole evidenti. La paura di questo *mondo liquido* porta a cercare i nostri simili ed a chiudersi nella stanza delle poche certezze. La sfida del futuro sostenibile può essere vinta solo nella misura in cui la viralità della conoscenza riuscirà a sopraffare il mare dell’ignoranza e delle false convinzioni. Lo sviluppo sostenibile rappresenta la

Dal globale al locale
e dal locale al globale

Viralità della
conoscenza

12 <http://www.greenpeace.org/italy/it/News1/blog/vittoria-sconfitto-il-lato-oscuro-di-volkswag/blog/44231/>

13 http://it.wiser.org/article/About_it

14 *Ibidem*.



vera risorsa per una crescita inclusiva, ma questo significa unire e non separare.

La politica, quella europea in particolare, ha perso la capacità di indirizzare di offrire una visione di significato. La spinta dovrà emergere dal basso, ma perché questo accada è necessario che le voci che negli anni hanno portato avanti le istanze ambientaliste si mettano in discussione e trovino il linguaggio della proposta, semplice ma non semplicistica. Le persone sono alla ricerca di contenuti, di strade entro le quali canalizzare le energie positive affinché le proprie esigenze trovino ascolto e realizzazione.

Come ha indicato Edgar Morin, a conclusione delle sue riflessioni sui sette saperi necessari all'educazione del futuro, è necessario disegnare una nuova società globale e costruire una comunità: «La comunità di destino planetario permette di assumere e di realizzare quella parte dell'antropoietica che concerne la relazione fra l'individuo singolo e la specie umana in quanto tutto. [...] Dal momento che la specie umana continua la sua avventura sotto la minaccia dell'autodistruzione, l'imperativo è divenuto: *salvare l'Umanità realizzandola*. Certo permangono e si aggravano sul pianeta la dominazione, l'oppressione, la barbarie umana. Si tratta di un problema storico fondamentale, per il quale non esistono soluzioni a priori, e che potrebbe essere affrontato solo da un processo multidimensionale che tenda a civilizzare ciascuno di noi, le nostre società, la Terra. Una politica dell'uomo, una politica di civiltà, una riforma di pensiero, l'antropoietica, il vero umanesimo, e la coscienza di *Terra – Patria* potranno solo congiuntamente ridurre l'ignominia nel mondo. Il nostro disegno etico e politico richiede così, nello stesso tempo, il potenziamento in senso democratico della relazione *individuo - società* e il potenziamento della relazione *individuo - specie* ai fini della realizzazione dell'Umanità, ossia il reciproco potenziamento dei termini della triade *individuo - società - specie*. Noi non abbiamo le chiavi che aprano le porte di un avvenire migliore. Non conosciamo strade già tracciate. Ma possiamo individuare le nostre finalità: perseguire l'umanizzazione nell'umanizzazione in virtù dell'accesso alla cittadinanza terrestre in una comunità planetaria».¹⁵

*Dalla copy strategy
al viral DNA.
Dall'advertising
allo sharing*

¹⁵ Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, cit., pp. 120-122.

Bibliografia

- Balzaretti, E. – Gargiulo, B. (2009), a cura di, *La comunicazione ambientale: sistemi, scenari e prospettive*, Milano, FrancoAngeli
- Bauman, Z., (2006), *Modus Vivendi*, trad. it. di D'Amico, S. (2007), *Modus Vivendi: Inferno e utopia del mondo liquido*, Bari, Laterza, p. 94.
- Bauman, Z. (2012), *On Education: conversation with Riccardo Mazzeo*, Hoboken, NJ, USA, Wiley, trad. it. di Mazzeo, R. (2012), *Conversazioni sull'educazione*, Trento, Erickson, p. 50.
- Jenkins, H., (2006), *Convergence Culture*, New York, New York University Press, p. 259.
- Koslowski, P. – De Kerckhove, D. – Alexander, J.C. (1997), *Trouver sa place dans l'économie des réseaux; Civil Society in a Postmodern Age; Ethical, Normative and Empirical Discourses*, trad. it. di Cava, A., a cura di Donati, P. (1997), *L'etica civile alla fine del XX secolo: tre scenari*, Milano, Mondadori, pp. 105-106.
- Luhman, N., (1989), *Ecological Communication*, Chicago, University of Chicago Press, trad. it. di Sutter, R. (1989), *Comunicazione ecologica: può la società moderna adattarsi alle minacce ecologiche?*, [con un saggio introduttivo di Achille Ardigò], Bologna, Il Mulino, p. 8.
- Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, (2008), *Il ruolo dell'informazione e della comunicazione come fattori di facilitazione nei processi di condivisione delle strategie decisionali. Verso la Strategia Nazionale per la Biodiversità*, in www.minambiente.it, p. 21.
- Morin, E. (2000), *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*, Paris, Seuil, trad. it. di Lazzari, S. (2001), *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Milano, Raffaello Cortina, p. 63.
- Pira, F. (2005), *Come Comunicare il Sociale*, Milano, FrancoAngeli, p. 9.
- Pira, F. (2009), Il web come strumento per una nuova comunicazione ambientale, in *La comunicazione ambientale: sistemi, scenari e prospettive*, a cura di Balzaretti, E. – Gargiulo, B., Milano, FrancoAngeli, p. 228.

Sitografia

- <http://www.greenpeace.org/italy/it/News1/blog/vittoria-sconfitto-il-lato-oscuro-di-volkswag/blog/44231/>
- http://it.wiser.org/article/About_it





Finder File Composizione Vista Vai Finestra Auto



LETIZIA MORITTI FRANCESCO RAI



PROGRAMMA DEL POMERIGGIO

15.00

Sviluppo sostenibile: ecomafie e reati ambientali

Marco Monzani (IUSVE)

Creatività per la vita quotidiana in un mondo complesso

Ferruccio Cavallin (IUSVE)

Il fattore X nella società ipermoderna

Salvatore Capodieci (IUSVE)

Sostenibilità, agricoltura sociale ed effetti 'educativi'

Alberto Grizzo (Ass n.6 Pordenone)

Le dimensioni della sostenibilità nella gestione delle risorse collettive

Nadia Carestiato (IUSVE)

Quando il conflitto diventa risorsa. L'esperienza della cooperativa *Servire*

Alberto Baccichetto, Federico Bressan, Giulia Cavalletto, Claudia Ceccarello, Renè Galante e Claudia Stefani (Coop. Servire)

Perché c'è bisogno di cambiare stili di vita

Lorenzo Biagi (IUSVE)

Un nuovo umanesimo urbano

Moreno Baccichet (IUAV, Legambiente FVG)

Identità dinamiche: il brand per il futuro

Andrea Barbato, Davide Barbato, Alessandro Stefanoni (IUSVE)

L'alleanza tra reti digitali e comunità per un'economia dell'uomo

Giovanni Vannini (IUSVE)

I linguaggi comunicativi dei mercati internazionali: l'altro geografico

Paolo Schianchi (IUSVE)

L'ecosostenibilità come vantaggio competitivo di marketing

Francesco Sordi (IUSVE)

Alimentazione, scienza sussidiaria

Loredana Crestoni (IUSVE), Giampietro Comolli (UnPoExPO2015)



SVILUPPO SOSTENIBILE: ECOMAFIE E REATI AMBIENTALI

a cura di Marco Monzani e Anna Giacometti (IUSVE)

Vittimologia del reato ambientale

Nel dizionario della lingua italiana alla voce 'vittima' si può leggere: «Nel rito sacrificale, animale o uomo, offerto, per uccisione, alla divinità; chi perde la vita o subisce gravi danni personali o patrimoniali in seguito a calamità, sventure, disastri, incidenti e simili; chi soggiace ad azioni ingiuste, a prepotenze, violenze, sopraffazioni e simili; chi subisce, anche senza averne piena coscienza, le conseguenze negative di errori, vizi, difetti propri o altrui».

La definizione considera vittima anche chi subisce gravi danni in seguito a calamità, sventure, incidenti o disastri. Non è però sempre facile discriminare le situazioni nelle quali i danni sono derivati da una calamità, piuttosto che da una sventura, da un incidente o da un fatto preveduto dalla legge come reato. A questo proposito entra in gioco il tema della consapevolezza della vittimizzazione che, per i reati in genere, secondo Emilio Viano¹, riguarda solitamente la consapevolezza che il danno subito provenga da un reato: si è quasi sempre consapevoli, cioè, di aver subito un danno ma non sempre si è consapevoli che questo danno derivi da un reato (es. violenze domestiche).

Per i reati ambientali le cose, invece, sono parzialmente diverse poiché molto spesso nelle vittime non vi è nemmeno la *consapevolezza del danno*. Per questo genere di reati i percorsi di consapevolizzazione delle vittime dovranno partire dalla consapevolezza

del danno, e non solo dalla consapevolezza del reato.

Questa mancata consapevolezza del danno nei reati ambientali deriva da una sottostima del danno stesso (non dimentichiamo che fino a qualche anno fa i reati ambientali erano definiti 'i reati senza vittima'), oltre che da una rappresentatività distorta del crimine da parte dei *mass media*, i quali sottostimano ancora oggi i reati ambientali rispetto ad altre fattispecie di reato, in particolare i reati violenti e contro la persona; se, infatti, si vanno ad indagare le maggiori cause di morte in Italia (ma non solo) si può vedere come su un totale di 558.614 morti nel 2006, solo 532 morti sono dovute ad omicidio, mentre 168.664 sono dovute a tumore, 220.074 a malattie al sistema circolatorio, 35.751 a malattie del sistema respiratorio, 6.140 a incidenti d'auto e 3.701 a suicidio. Le sole malattie del sistema respiratorio provocano decessi 67 volte di più rispetto agli omicidi, eppure ci si continua ad occupare principalmente di omicidi 'classici'. Per ogni morto per omicidio ve ne sono 600 per cancro ai polmoni dovuto ad inquinamento ambientale. La leucemia infantile provoca la morte di circa 2400 bambini ogni anno in Europa, meno del 10% dei casi è dovuta a predisposizione genetica; oltre il 90% è dovuta invece a cause ambientali, dunque reati. Anche l'Organizzazione Mondiale della Sanità nel 2006 ha sostenuto che «più del 24% delle malattie nel mondo sono causate

Consapevolezza del danno

1 Balloni, A. - Viano, E. (1989), a cura di, IV Congresso Mondiale di vittimologia. Atti della giornata bolognese, Bologna, Clueb editore; Monzani, M. (2013), Manuale di Psicologia giuridica, Padova, Libreria Universitaria editore.



da fattori di rischio ambientale e potrebbero essere facilmente evitate mediante interventi di prevenzione più incisivi» così come l'Alto Commissariato della Nazioni Unite che spiega l'importanza di porre al centro la persona e non il profitto, sostenendo che «il tempo in cui i politici e l'opinione pubblica potevano immaginare i cambiamenti climatici come un problema del futuro è scaduto. Si tratta di una minaccia alla sopravvivenza e al godimento dei diritti umani. Se non lo affrontiamo nessuno vivrà in un mondo sicuro. Per questo, nel contrastare i cambiamenti climatici, c'è bisogno di un approccio che ponga al centro le persone». Eppure continuiamo a preoccuparci soltanto degli omicidi e dei reati contro la persona, e continuiamo a misurare la sicurezza di una società in base a parametri statisticamente poco significativi rispetto ad altri: continuiamo cioè a credere che la nostra società sia sicura se vi sono scarse probabilità di venire aggrediti fisicamente o di restare vittime di omicidio, mentre non consideriamo l'inquinamento ambientale tra i fattori di sicurezza nonostante questi ultimi risultino statisticamente molto più significativi, quindi rischiosi, dei primi.

Ancora, la Guardia di Finanza, nel solo anno 2005, ha controllato 24 discariche e ben 19 di queste erano utilizzate quali sversatoi di vernici, liquami tossici e altre sostanze fuorilegge. Nel 2007 ha scovato 61 siti inquinanti e denunciato 102 persone. Un reato dovrebbe essere, in teoria, un'eccezione ad una regola, una 'cosa rara', ma da questi dati si comprende molto chiaramente come non sia così, bensì il contrario. E ciò che vediamo e possiamo valutare è soltanto la punta dell'iceberg: la criminalità sommersa, il *numero oscuro dei reati ambientali*, infatti, si stima sia elevatissima...

Numero oscuro dei reati ambientali

Ecomafie e reati ambientali

E in tutto questo, come se non bastasse, si inseriscono le ecomafie. Le principali attività sulle quali esse guadagnano, infatti, sono: a) il ciclo del cemento, nel quale sono comprese le attività di urbanistica, le attività estrattive, di aperture di cave, la movimentazione della

terra, la fornitura di materiali da costruzione, la lavorazione e il trasporto materiali, la produzione calcestruzzo, le lottizzazioni immobiliari, le speculazioni edilizie, gli appalti truccati e i subappalti; b) il ciclo dei rifiuti, in cui troviamo lo smaltimento illegale, il traffico illecito, l'inquinamento di falde acquifere, lo sversamento di rifiuti tossici e il traffico transfrontaliero di rifiuti; c) il settore dell'agroalimentare, che comprende il trasporto dei prodotti, il controllo dei mercati ortofrutticoli e della grande distribuzione, la contraffazione e l'adulterazione di prodotti (olio, vino, mozzarelle di bufala campana, carne scaduta,...) e il controllo della ristorazione al fine di riciclaggio di denaro sporco; d) l'archoafia, che si interessa di furto e traffico di opere d'arte, libri antichi, quadri, sculture, reperti archeologici, monete antiche, oggetti chiesastici, vasellame, oreficeria, reperti grafici. Questo è un giro d'affari secondo solo al traffico di droga, di armi e riciclaggio di denaro; e) l'abusivismo, in cui è compresa l'evasione fiscale, i rischi ambientali e per l'incolumità fisica e lo sfruttamento di lavoratori in nero, per la costruzione di abitazioni, palazzine, fabbricati, capannoni, edifici commerciali ed edifici turistici; f) le energie pulite, che sono un settore in forte espansione, ancora poco presidiato da norme a tutela; quindi energie rinnovabili, impianti fotovoltaici, energia eolica e solare, produzione e vendita di energia; g) il racket di animali, che comprende l'importazione e commerci di cuccioli di razza pregiata, maltrattamento e mal custodia di animali, utilizzo di animali per il trasporto di droga e importazione e commercio di animali esotici; h) il c.d. 'pizzo', il mancato pagamento del quale comporta minacce, violenza privata, lesioni, danneggiamenti, estorsioni, tentati omicidi e omicidi.

Il Codice penale prevede alcune fattispecie di reato legate strettamente all'inquinamento ambientale (art. 452 bis c.p.), al disastro ambientale (art. 452 quater c.p.) e al traffico di materiale radioattivo o nucleare (art. 452 octies c.p.p.).

Cesare Beccaria, in piena Scuola Classica, sosteneva che l'elemento di deterrenza della pena non fosse tanto la quantità della

pena stessa, bensì la certezza della sua applicazione²; nei reati ambientali, invece, riteniamo che anche l'elemento quantitativo della pena abbia la sua importanza in quanto essa deve essere necessariamente una *pena 'antieconomica'*; se, infatti, la pena pecuniaria per aver contravenuto ad una norma di tutela ambientale continua a essere inferiore al vantaggio economico dovuto a detta violazione, è evidente che si preferirà continuare pagare la sanzione (ove individuati e condannati) piuttosto che rinunciare ad un profitto che risulta maggiore della sanzione stessa.

Un'altra riflessione che riteniamo importante ha a che fare con l'elemento psicologico del reato: mettere persone volutamente a contatto con una sostanza conosciuta e catalogata come cancerogena e causarne così la morte oggi *non è considerato omicidio doloso, ma soltanto colposo*. Questo meriterebbe a nostro avviso una rivalutazione...

Lo sviluppo sostenibile

Tutto ciò impedisce uno sviluppo c.d. sostenibile del nostro ambiente. Il buco dell'ozono, l'effetto serra, la desertificazione, la perdita di biodiversità e l'alterazione degli ecosistemi sono considerati sviluppi non sostenibili; ma, allora, cosa si intende per sviluppo sostenibile?

Ne vengono date diverse definizioni, ad esempio, la Commissione Brundtland del 1987 lo definisce come «uno sviluppo che risponde alle necessità del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie»³, mentre il Rapporto UNEP, IUCN e WWF lo definisce

come «il soddisfacimento qualità della vita mantenendosi entro i limiti della capacità di carico degli ecosistemi dai quali essa dipende»⁴; l'International Council for Local Environmental Initiatives lo descrive come «uno sviluppo che offra servizi ambientali, sociali ed economici di base a tutti i membri di una comunità, senza minacciare l'operabilità del sistema naturale, edificato e sociale da cui dipende la fornitura di tali servizi»⁵. Infine, la Dichiarazione di Rio De Janeiro sull'ambiente e lo sviluppo definisce lo sviluppo sostenibile come «lo sviluppo che rispetta l'ambiente e resta nei limiti delle capacità di rigenerazione degli ecosistemi e come senso di responsabilità verso le generazioni future nell'utilizzo delle risorse»⁶. L'obiettivo, quindi, dello sviluppo sostenibile è quello di lasciare un pianeta adatto alle future generazioni, mentre considera solo indirettamente le generazioni attuali considerate 'salve', non in pericolo, nemmeno in presenza di un'errata gestione dell'ambiente. Si tratta quindi di una nuova economia che, oltre ai due parametri classici, lavoro e capitale prodotto dall'uomo, si arricchisce di un terzo parametro, il *capitale naturale*. Il capitale naturale racchiude sia l'insieme dei sistemi naturali che i prodotti agricoli e il patrimonio artistico e culturale presente nel territorio.

La Comunità Europea definisce quindi lo sviluppo sostenibile come «una politica e una strategia per perseguire lo sviluppo economico e sociale che non rechi danno all'ambiente e alle risorse naturali dalle quali dipendono il proseguimento dell'attività umana e lo sviluppo futuro»⁷.

Vi sono, dunque, tre requisiti pratici da rispettare: innanzitutto bisognerebbe modificare l'atteggiamento generale della

Pena 'antieconomica'

Non è considerato omicidio doloso, ma soltanto colposo

Capitale naturale

2 Beccaria, C. (1764 ed. or.), (1973), *Dei delitti e delle pene*, a cura di Fabietti, R., Milano, Mursia.

3 WCED - Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (1987), *Our Common Future (Rapporto Brundtland)*.

4 IUCN, Union of Conservation Scientists - UNEP, United Nations Environment Programme - WWF, World Wide Fund for Nature (1991), *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*, Gland, Switzerland.

5 ICLEI, International Council for Local Environmental Initiatives (1994), *Towards Sustainable Cities and Towns, Report of the First European Conference on Sustainable Cities and Towns*, Aalborg, Denmark, 24-27 May 1994; European Commission, Directorate General XI, 1995, Freiburg, Germany.

6 ONU, Organizzazione Nazioni Unite, 3-14 giugno 1992, *Rapporto della Conferenza delle Nazioni Unite sull'Ambiente e lo Sviluppo*, Rio de Janeiro.

collettività per quanto riguarda il consumo e il comportamento individuale; poi bisognerebbe prevedere un ciclo di produzione, dalle materie prime al prodotto finito e alla sua utilizzazione, tale da ottimizzare e incoraggiare la riutilizzazione e il riciclo e tale da minimizzare la produzione di rifiuti e da evitare l'esaurirsi di risorse naturali; infine, bisognerebbe razionalizzare la produzione e il consumo di energia. Infatti «[...] il miglioramento dell'ambiente non dipende solo dalla soluzione dei grandi problemi planetari, ma anche dall'adozione di una serie di comportamenti quotidiani legati alla consapevolezza individuale [...]»⁸.

Tuttavia, fa riflettere il fatto che nonostante la quasi totalità delle persone si dichiara contraria ad inquinare e sia protettiva nei confronti dei propri figli e nipoti, lo stile di vita generale resta ad alto impatto ambientale e distruttivo, in maniera apparentemente irreversibile, dell'ecosistema. Ritorna dunque il tema della consapevolezza...

Evidentemente la protezione delle generazioni future non rappresenta uno stimolo sufficiente per cambiare gli stili di vita e per modificare i cicli di produzione. Evidentemente il fatto che le vittime saranno 'future' indebolisce ulteriormente tale consapevolezza. Ma la domanda che dovremmo porci è la seguente: siamo sicuri che le vittime siano davvero future?

Esposizione ad alti livelli di piombo

Siamo sicuri che le vittime siano davvero future?

Due brevi biografie significative

Vorremmo riflettere ancora in merito alla tematica dello sviluppo sostenibile, di come questo sia difficile da raggiungere, e di quali siano gli interessi in gioco che ne ostacolano l'attuazione, attraverso la breve biografia di due scienziati che, a diverso modo, si sono resi responsabili della situazione ambientale del

nostro Pianeta⁹.

Nel 1889 nasce Thomas Midgley Junior, che verrà anche descritto come colui che «ha avuto il più negativo impatto sull'atmosfera rispetto a ogni altro singolo organismo nella storia del pianeta Terra»¹⁰. Ingegnere appassionato di chimica, fondatore della Ethyl Corporation è, da solo, responsabile primario o partecipe di molti dei maggiori problemi ambientali del secolo scorso e presente: l'invenzione della benzina al piombo (1923), rivelatasi poi una potente neurotossina, e dei clorofluorocarburi, CFC (1930) responsabili del buco dell'ozono e co-responsabili del riscaldamento globale del pianeta¹¹. Meno noto è il fatto che, oltre a più di un centinaio di brevetti posseduti, fu l'inventore, durante la prima guerra mondiale, del primo missile cruise. È tuttora considerato uno dei principali, stimati e premiati scienziati della storia moderna. Nel 1921 scopre che l'aggiunta del piombo tetraetile alla benzina permette un miglioramento delle prestazioni e tre delle più grosse compagnie americane, la General Motors, la *Du Pont* e la Standard Oil formano la Ethyl Corporation, insistendo sulla parola 'etile' ed evitando ogni riferimento al piombo nei report e nelle pubblicità. L'esposizione ad alti livelli di piombo può infatti causare ritardo mentale, coma, convulsioni, cancro e morte. I casi più comuni sono quelli di bambini avvelenati tramite cronica esposizione a bassi livelli di piombo che può portare a ridotte capacità intellettive, difficoltà di concentrazione, iperattività, difficoltà di lettura e scrittura, perdita di capelli, insonnia e altri disturbi comportamentali. Alti livelli di piombo sono stati associati anche alla delinquenza giovanile¹². Immediatamente Midgley e la Ethyl Corporation ricevettero lettere di preoccupazione da parte del prof. Kraus dell'Università di Potsdam che definiva

7 ICLEI, International Council for Local Environmental Initiatives, *Towards Sustainable Cities and Towns*, cit.

8 Monzani, M. – Tettamanti, M. (2010), *Vittimologia del reato ambientale*, Napoli, Scriptaweb.

9 Tali riflessioni sono già state pubblicate nel volume di Monzani, M. – Tettamanti, M. (2010), *Vittimologia del reato ambientale*, Napoli, Scriptaweb.

10 Bryson, E. (2003), *A Short History of Nearly Everything*, New York, McGraw-Hill.

11 *Ibidem*.

l'additivo al piombo un «veleno malefico e terribile» e dal Public Health Service che parlava di una «seria minaccia alla salute pubblica»¹³. Midgley in risposta citava i risultati di esperimenti compiuti su cani sui quali l'additivo al piombo non aveva effetti tossici, sosteneva l'impossibilità di danni sul pubblico e prevedeva, al massimo, delle coliche per i lavoratori¹⁴. In privato invece scriveva che «penso che i miei polmoni siano stati segnati e devo interrompere tutto il lavoro e prendermi una grossa boccata di aria fresca»¹⁵. Non era il solo ad avere avuto intossicazioni, ma fu l'unico dei lavoratori che poté prendersi una lunga vacanza di un anno a Miami. Mentre Thomas Midgley Junior riceveva la medaglia Nichols da parte dell'American Chemical Society, il primo di una lunga serie di riconoscimenti, nasceva Clair Cameron Patterson, il geologo che, mentre studiava il modo di determinare l'età del pianeta Terra (calcolata in 4550 milioni di anni nel 1953) scoprì l'inquinamento da piombo e dedicò la propria vita a denunciarne la pericolosità per la salute pubblica¹⁶. Nel 1924 arrivarono i primi morti presso l'impianto *Du Pont* del New Jersey, ma la notizia venne insabbiata anche grazie al fatto che la *Du Pont* praticamente possedeva i giornali locali. Quando i morti furono diverse decine e più dell'80% dello staff dell'impianto Standard Oil morì o soffrì di gravi avvelenamenti ci fu panico e confusione sui media e tra gli addetti alla pubblica sicurezza. La difesa del responsabile dello stabilimento fu letteralmente questa: «Quegli uomini probabilmente sono impazziti perché lavoravano troppo»¹⁷. Nei giorni successivi ci furono altri decessi, più di quaranta persone ricoverate in ospedale, e la fabbrica venne soprannominata la *Casa delle farfalle* per gli effetti allucinatori dell'additivo al piombo.

Venne istituita una commissione tecnico-scientifica per indagare sulle morti e sulle patologie in atto. Midgley, in una conferenza stampa, per sostenere la *Ethyl Corporation*, si versò la benzina al piombo sulle mani e la respirò per un minuto affermando che avrebbe potuto farlo ogni giorno senza avere controindicazioni¹⁸. Il comitato investigativo, a seguito delle 'prove' raccolte dalla commissione tecnico scientifica, chiuse velocemente il caso affermando che «non ci sono gli estremi per proibire l'uso della benzina all'etile»¹⁹.

Negli anni successivi Midgley, mentre sviluppava i clorofluorocarburi, che si sono poi rivelati i principali responsabili del buco dell'ozono e co-responsabili del riscaldamento globale del pianeta, riceveva la *Perkins Medal* oltre al massimo premio della *American Chemical Society* che è la *Priestley Medal*, seguita a ruota dalla *William Gibbs Medal*, da varie lauree *ad honorem* e dall'elezione alla prestigiosa *National Academy of Sciences*. Nel 1940 contrae la poliomielite e si progetta da solo un sistema di carrucole per alzarsi dal letto. Nel 1944 riceve il massimo del riconoscimento nel suo campo diventando presidente e *chairman* della *American Chemical Society* e nello stesso anno il meccanismo che aveva progettato per alzarsi dal letto ha un malfunzionamento e lo uccide per strangolamento.

Negli stessi anni, il geologo Clair Patterson lavorava studiando isotopi di metalli in un «molto polveroso»²⁰ laboratorio e riuscì, privo delle moderne tecniche di analisi, a stimare l'età della terra in 4.5 miliardi di anni (quantificazione confermata successivamente da strumenti più avanzati). La sua reazione al fatto di essere la prima persona ha conosciuto l'età della Terra è interessante e vale la pena

| *Casa delle farfalle*

12 McGrayne, B. (2002), *Prometheans in the Lab*, New York, McGraw-Hill.

13 Markowitz, G. – Rosner, D. (2002), *Deceit and Denial: The Deadly Politics of Industrial Pollution*, Berkeley, University of California Press.

14 McGrayne, *Prometheans in the Lab*, cit., p. 67.

15 Bryson, *A Short History of Nearly Everything*, cit.

16 Patterson, G. R. – Tilton, H. – Brown, M. – Inghram, R. – Hayden, D. – Hess, E. – Hess L.Jr. (1955), Isotopic composition and distribution of lead, uranium and thorium in a Precambrian granite, *Bulletin Geological Society of America*, 66, pp. 1131-48.

17 McGrayne, *Prometheans in the Lab*, cit.

18 Bryson, *A Short History of Nearly Everything*, cit.

19 *Ibidem*.

riportarla: «La vera scoperta scientifica rende il cervello incapace, in quei momenti, di gridare al mondo ‘Guardate cosa ho fatto! Adesso raggiungerò i benefici di fama e ricchezza’. Invece tale scoperta istintivamente forza il cervello a esplodere in un ‘l’abbiamo fatto’ con una voce che nessun altro può sentire all’interno della sacra, ma solitaria, cappella del pensiero scientifico»²¹. Sua madre, quando lo vide arrivare, pensò che stesse per avere un attacco di cuore. Immediatamente dopo il completamento del suo lavoro, Patterson tornò a occuparsi di un problema in cui si era imbattuto durante i suoi studi; aveva, infatti, determinato attraverso i carotaggi del ghiaccio della Groenlandia che i livelli di piombo in atmosfera erano drammaticamente aumentati da quando era presente e diffusa a livello mondiale la benzina al piombo e che il bilancio globale dell’ecosistema era gravemente compromesso. Inoltre, dimostrò che i livelli di piombo *nel sangue* degli americani erano cento volte superiori al livello naturale²². Le derisioni della comunità scientifica furono immediate nel definirlo uno ‘zelota’ e la stessa Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) garantì che i cambiamenti in concentrazione del piombo non erano da considerarsi significativi²³. Gli vennero tagliati i fondi, il contratto con il *Public Health Service* non gli venne rinnovato e saltò un accordo con l’*American Petroleum Institute*. Un rappresentante della *Ethyl Corporation* lo incontrò e, secondo le parole di Patterson, «cercò di comprarmi attraverso un finanziamento per la ricerca che avrebbe dovuto fornire risultati utili alla loro causa»²⁴. Patterson non cedette e riuscì con l’aiuto di alcuni colleghi a fornire studi e dimostrazioni

Benzina al piombo
venne abolita

Livelli di piombo nel
sangue

sempre più inattaccabili che portarono, nel 1970 al *Clean Air Act*, linea guida americana per ridurre l’inquinamento in atmosfera²⁵, nonostante il tentativo di *lobby* della *Ethyl Corporation* di bloccare la deriva fanatica²⁶. Soltanto nel 1985 vennero ufficialmente riconosciute le vittime: non meno di 5000 americani morivano ogni anno per patologie collegate al piombo. Solo due anni dopo, nel 1987, venne vietata la benzina al piombo negli USA. Soltanto negli USA, circa 68 milioni di bambini erano ormai stati esposti dal 1927 al 1987. Non si conoscono ricerche epidemiologiche significative che abbiamo seguito l’evoluzione di tale esposizione nel tempo.

E la comunità scientifica italiana? Nonostante fosse a conoscenza dei suddetti dati non si impose come ci si sarebbe potuto aspettare e soltanto nel 2000 *la benzina al piombo venne abolita*, più che altro per la pressione di ‘zeloti’ e ‘fanatici’.

In tutti i distributori vediamo ora la benzina senza piombo ma Patterson rimane un emerito sconosciuto. Mentre Midgley ricevette premi, onore e gloria anche al di fuori della comunità scientifica ed è tuttora considerato un esempio per i giovani scienziati, Patterson ricevette solo pochi premi specifici sia per la determinazione dell’età della Terra, sia per il suo lavoro sull’inquinamento da piombo. La maggior parte dei libri di testo di geologia non lo nominano nemmeno. Due libri sulla datazione della Terra scrivono il suo nome in maniera sbagliata. Era così poco conosciuto che un giornalista dell’importante rivista *Nature* confuse il suo nome con ‘Claire’ invece di ‘Clair’ e lo descrisse come una donna²⁷. Morì nel 1995 e non ha ancora ricevuto nessun

20 Bryson, *A Short History of Nearly Everything*, cit.

21 Kitman, J.L. (2000), *The Secret History of Lead*, *The Nation*.

22 Patterson, C.C. – Murozumi, M. – Chow, T.J. (1966), Chemical concentration of pollutant lead aerosols, terrestrial dusts, and sea salts in Greenland and Antarctic snow strata, *Geochimica et Cosmochimica Acta*, 33, pp. 1247-94.

23 *The Secret History of Lead*, *The Nation*, cit.

24 Bryson, *A Short History of Nearly Everything*, cit.

25 *The Secret History of Lead*, *The Nation*, cit.

26 McGrayne, *Prometheans in the Lab*, cit.

riconoscimento, neanche postumo, del suo impegno scientifico e sociale. Come forma di rispetto segnaliamo che un asteroide (il 2511) e un picco delle *Queen Maude Mountains*, in Antartide, portano il suo nome.

L'*Ethyl Corporation* esiste ancora e nel suo sito non viene citato il piombo nella benzina ma, nella presentazione della storia della ditta, si parla di «vari composti chimici»²⁸. Il piombo, neurotossina che crea danni irreparabili al sistema nervoso centrale e periferico, nonostante il divieto del 1987, è ancora presente nel sangue degli statunitensi di oggi in misura 625 maggiore rispetto agli statunitensi dell'inizio del novecento. I clorofluorocarburi, l'altra pluripremiata scoperta di Midgley, oggi vietati nel mondo industrializzato per la loro dimostrata pericolosità, sono ancora utilizzati negli impianti presenti nel c.d. 'Terzo Mondo' di ditte americane. Concludiamo con una frase che riteniamo significativa per l'obiettivo del presente lavoro: «Alla fine ci riusciremo a capirlo [...] A capire che lotta alla mafia significa difesa dell'ambiente, della salute e dell'economia, e viceversa. E soprattutto a capire che non c'è più tempo. Certo, probabilmente potevamo capirlo vent'anni fa [...] di sicuro non avremo altri vent'anni per farlo»²⁹.

Bibliografia

- Balloni, A. – Viano, E. (1989), a cura di, IV Congresso Mondiale di vittimologia. Atti della giornata bolognese, Bologna, Clueb editore
- Beccaria, C. (1764), *Dei delitti e delle pene*, Fabbretti, R. (1973), a cura di, *Dei delitti e delle pene*, Milano, Mursia.
- Bryson, E. (2003), *A Short History of Nearly Everything*, New York, McGraw-Hill.
- ICLEI, International Council for Local Environmental Initiatives (1994), *Towards Sustainable Cities and Towns, Report of the First European Conference on Sustainable Cities and Towns*, Aalborg, Denmark, 24-27 May 1994; European Commission, Directorate General XI, 1995, Freiburg, Germany.
- IUCN, Union of Conservation Scientists – UNEP, United Nations Environment Programme – WWF, *World Wide Fund for Nature (1991), Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*, Gland, Switzerland.
- Kitman, J.L. (2000), *The Secret History of Lead*, The Nation.
- Markowitz, G. – Rosner, D. (2002), *Deceit and Denial: The Deadly Politics of Industrial Pollution*, Berkeley, University of California Press.
- McGrayne, B. (2002), *Prometheans in the Lab*, New York, McGraw-Hill.
- Monzani, M. (2013), *Manuale di Psicologia giuridica*, Padova, Libreria Universitaria editore.
- Monzani, M. – Tettamanti, M. (2010),

27 Palmer, D. (2001), *The Rocky Road to Dating the Earth*, *Nature*, 409.

28 <http://www.ethyl.com>

29 Osservatorio Ambiente e Legalità – Legambiente (2013), *Ecomafia 2013, Le storie e i numeri della criminalità ambientale*, prefazione di Lucarelli, C., Roma, Edizioni Ambiente.

Vittimologia del reato ambientale, Napoli, Scriptaweb.
Osservatorio Ambiente e Legalità – Legambiente (2013), Ecomafia 2013, Le storie e i numeri della criminalità ambientale, prefazione di Lucarelli, C., Roma, Edizioni Ambiente.
Palmer, D. (2001), The Rocky Road to Dating the Earth, *Nature*, 409.
Patterson, G. R. – Tilton, H. – Brown, M. – Inghram, R. – Hayden, D. – Hess, E. – Hess L.Jr. (1955), Isotopic composition and distribution of lead, uranium and thorium in a Precambrian granite, *Bulletin Geological Society of America*, 66, pp. 1131-48
ONU, Organizzazione Nazioni Unite, 3-14 giugno 1992, Rapporto della Conferenza delle Nazioni Unite sull'Ambiente e lo Sviluppo, Rio de Janeiro.
Patterson, C.C. – Murozumi, M. – Chow, T.J. (1966), Chemical concentration of pollutant lead aerosols, terrestrial dusts, and sea salts in Greenland and Antarctic snow strata, *Geochimica et Cosmochimica Acta*, 33, pp. 1247-94.
WCED – Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (1987), Our Common Future (Rapporto Brundtland).

Sitografia

<http://www.ethyl.com>

CREATIVITÀ PER LA VITA QUOTIDIANA IN UN MONDO COMPLESSO

a cura di Ferruccio Cavallin (IUSVE)

Individuo e complessità dinamica

La relazione tra persona e contesto sociale ed ambientale nel quale essa opera avviene in una situazione di complessità dinamica¹. Questa è caratterizzata dalla compresenza di una pluralità di variabili che si influenzano vicendevolmente e che risultano difficilmente gestibili nel loro complesso. In particolare modo la cosiddetta complessità dinamica accentua gli elementi di cambiamento che hanno la caratteristica di mutare costantemente rispetto alla dimensione temporale. La complessità dinamica si può rappresentare metaforicamente con il *gioco degli scacchi*: quando il giocatore muove una pedina, questo fatto produce la necessità di riconsiderare tutte le relazioni che legano tra di loro le altre pedine dei due giocatori. Ogni azione, quindi, provoca una molteplicità di conseguenze che mutano il quadro d'insieme e la relazione fra gli elementi dello stesso. Il rapporto con la complessità dinamica è caratterizzato dalla necessità di agire un mutamento continuo. Tre sono gli elementi che caratterizzano il cambiamento: la 'costanza', la 'catastroficità' e l' 'imprevedibilità'. A differenza che nel passato, ora il cambiamento si manifesta come variabile continua e l'individuo si trova privato, in questo modo, di riferimenti certi e rassicuranti. Una seconda dimensione del cambiamento che la complessità comporta, è il suo presentarsi non con modalità lineare, ma con modalità catastrofica. Sempre più i

cambiamenti che impattano con la vita delle persone sono improvvisi e presuppongono radicali mutamenti.

Il terzo elemento connotativo del cambiamento è l'imprevedibilità: è sempre più difficile ipotizzare ciò che accadrà nel futuro, fare previsioni attendibili, prefigurare scenari per poter prendere decisioni.

Queste tre caratteristiche del cambiamento che, come già osservato, sono compresenti e continue nella società a complessità dinamica, comportano necessari mutamenti nel rapporto tra individuo e ambiente di riferimento.

Primo fra tutti è la necessità di acquisire consapevolezza che i modelli interpretativi della realtà diventano velocemente obsoleti. La costruzione di significati viene rapidamente superata da nuovi modelli interpretativi che, a loro volta, riducono progressivamente la loro fondatezza per lasciare il posto ad ulteriori ipotesi interpretative.

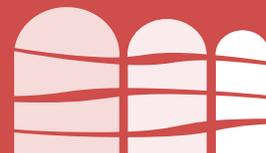
Un secondo mutamento da considerare è che i modelli interpretativi sono parziali e imprecisi: essi possono essere considerati più come ipotesi che come certezze, ipotesi che rimangono valide convenzionalmente fino alla creazione di nuovi modelli interpretativi, secondo una evoluzione a spirale.

La situazione così delineata riconfigura il rapporto dell'individuo con la realtà, dove la ricerca della certezza diviene un evento a probabilità variabile. L'unica certezza appare essere l'incertezza con la quale

Gioco degli scacchi

1 Il termine ha origine nel lavoro del fisico e matematico Henri Poincaré sviluppato verso la fine dell'Ottocento. Più di recente Edgar Morin e Ilya Prigogine hanno ripreso l'argomento come concetto legato alla filosofia della scienza ed in particolare all'epistemologia della complessità. Esso viene applicato in vari contesti, sia di natura scientifica, che di natura sociale.

2 Morin, E. (2000), *La testa ben fatta*, Milano, Raffaello Cortina, pp. 55-61.



Bisogno di sicurezza**Imparare ad affrontare l'incertezza**

convivere. Le risposte che nel passato hanno aiutato l'individuo a comprendere e a trovare significati, oggi non bastano più ad assolvere a tale funzione. Le soluzioni trovate nel passato diventano rapidamente obsolete ed è necessario, pertanto, cercare nuove risposte e nuovi significati. La principale conseguenza, come sottolinea Edgar Morin² è di *imparare ad affrontare l'incertezza*. Convivere con l'incertezza presuppone la flessibilità e la capacità di costruire costantemente nuovi modi di adattamento, oltre che di comprensione.

Creatività come approccio all'incertezza

Il rapporto con il contesto, così caratterizzato, pone l'individuo nella necessità di riconsiderare gli strumenti precedentemente utilizzati: l'instabilità, per essere psicologicamente sostenibile, rende necessaria l'opzione di un approccio creativo, l'uso della risorsa creatività che, non solo aiuta a leggere da differenti punti di vista la realtà, ma aiuta a costruire nuove risposte per sostituire quelle che appaiono superate. La creatività diviene uno strumento per l'ecologia umana in un contesto instabile, imprevedibile ed incerto. La funzione strumentale della creatività si manifesta nel supportare l'individuo su tre aspetti della propria vita: costruire nuovi strumenti per facilitare la sua esistenza materiale; potenziare diverse modalità relazionali con i propri simili per favorire la convivenza sociale in un contesto di turbolenza; costruire nuovi significati che spieghino il senso del suo essere e del suo agire.

Il passaggio ad un approccio creativo nei confronti dell'esistenza diviene una necessità non facilmente realizzabile da parte ogni persona, a causa della naturale propensione

dell'essere umano a ricercare punti di riferimento certi e assoluti, che soddisfino il suo *bisogno di sicurezza*. È proprio questo bisogno che, in molti individui, spegne la sete di ricerca, la curiosità nell'esplorazione e, di fatto, inibisce il loro potenziale creativo. La creatività, infatti, oltre ad essere il risultato di specifiche strategie di pensiero e di un contesto ambientale adeguatamente stimolante, è anche la risultante di un atteggiamento possibilista nei confronti di un contesto che viene percepito, dall'individuo, come modificabile. La convinzione di poter utilizzare la propria creatività è il prerequisito per un'azione di lettura e di influenza creativa nei confronti del contesto.

La costruzione, attraverso la creatività, di nuove risposte che configurino un rapporto equilibrato e sostenibile con il contesto, sia materiale che sociale, presuppone il superamento di alcuni blocchi, di alcuni vincoli che frenano il processo creativo dell'individuo. Se il rapporto con la realtà è condizionato dal modo di percepirla, dagli schemi mentali, dai paradigmi di riferimento, il presupposto è di riconoscere tali vincoli per poterli superare. Marcel Proust sosteneva che la vera scoperta non consiste nel trovare nuovi territori, ma nel vederli con nuovi occhi³. I nuovi occhi sono un cambio di prospettiva, un cambio di paradigma rispetto a quelli usualmente utilizzati per spiegare la realtà. Marianella Sclavi⁴ parla di 'cornici mentali' come strutture che determinano il senso e il valore della realtà. Superare le cornici significa sviluppare capacità di riconoscerle. Pablo Picasso sosteneva che ogni atto di creazione presupponesse, prima di tutto, un atto di distruzione, la capacità di rompere schemi e paradigmi vincolanti⁵. La possibilità di esprimere il proprio potenziale creativo si sviluppa se esiste un atteggiamento di 'dubbio metodologico'⁶

3 Proust, M. (1954), *À la recherche du temps perdu III (La prisonnière)*, Parigi, Gallimard.

4 Sclavi, M. (2003), *Arte di ascoltare e mondi possibili. Come si esce dalle cornici di cui siamo parte*, Milano, Mondadori.

5 Citato in *Focus* n. 111, p. 116.

6 *Il dubbio metodologico* (scetticismo metodologico) che trae origine dall'empirismo moderno e dal razionalismo di Cartesio è un modo per mettere alla prova la conoscenza empirica. Esso si differenzia dal dubbio scettico che è, invece, fine a se stesso. Assumendo il dubbio come atteggiamento davanti ai problemi e alle loro soluzioni, si favorisce la ricerca di ulteriori alternative che rappresenta uno dei fattori del pensiero creativo.





o sistematico che accompagna l'analisi e l'esplorazione. Per questo risulta importante essere focalizzati, ma flessibili sugli obiettivi che si intendono raggiungere, sapere quello che si vuole, ma non esserne certi. Gli obiettivi dell'azione creativa sono da considerare ipotesi che consentono, strada facendo, di essere ridefiniti secondo le necessità intervenute. Un secondo principio del dubbio sistematico è quello che porta ad essere consapevoli, ma cauti rispetto alle informazioni possedute e di cui si dispone. In questo senso la memoria può essere un nemico ed è importante sapere equilibrare informazione ed immaginazione. Il dubbio sistematico consente un rapido cambio di prospettiva e, quindi, la scoperta di elementi, precedentemente non considerati, che aprono a nuove pensabilità. Un approccio creativo all'ambiente, sia

esso materiale, sia sociale, parte da questo cambio di prospettiva e dalla consapevolezza del proprio modo di vedere la prospettiva di analisi. A queste condizioni il processo creativo può attivarsi per costruire nuove risposte, più adatte al contesto, ma che sono, tuttavia, transitorie e, quindi, generatrici di un ulteriore processo creativo.

Creatività e approccio ecologico

La ricerca della risposta creativa non può limitarsi a definire il risultato atteso in termini di originalità, ma deve interrogarsi sull'impatto che essa ha nei confronti dell'ambiente sociale e materiale in cui viene utilizzata. Ogni cambiamento ideato produce dei risultati che, oltre a generare opportunità e vantaggi per l'esistenza, comportano l'impiego di risorse

7 L'impronta ecologica⁷ è un concetto introdotto da M. Wackernagel e W. Rees nel 1966 e utilizzato dal WWF nel suo rapporto periodico *Living Planet Report*. Esso rappresenta un indicatore che valuta il consumo di risorse naturali rapportandole alla capacità della pianeta di rigenerarle. Solitamente utilizza parametri legati alle risorse naturali ed energetiche. La sua importanza è di porre l'attenzione sulla possibilità di produrre beni, considerando la salvaguardia delle risorse del pianeta, come ricchezza per le future generazioni. Il benessere attuale non dovrebbe pregiudicare la possibilità di una vita equilibrata per il futuro, non solo della specie umana, ma anche delle altre forme di vita. Gli stili di vita delle società basate sui consumi crescenti, non considerano questa ipotesi, preoccupandosi solamente di fornire beni e prodotti che accrescano il consumo. La creatività è considerata uno strumento per trovare nuove forme di consumo attraverso la produzione di novità. La mancanza di un atteggiamento critico comporta un'idea di creatività solamente positiva: sarebbe interessante approfondire il collegamento tra processo creativo ed impronta ecologica della idee prodotte, trovando indicatori adeguati per portare ad una idea di 'creatività consapevole'.



materiali, sociali, intellettive. La creatività, allora, richiede anche una sensibilità ecologica perché influisce sulla relazione individuo e contesto, utilizzando risorse. Trovare nuove soluzioni non è di per sé positivo, come spesso si ritiene semplificato la questione e l'idea di creatività. Esiste una dimensione etica della creatività che, al di là dell'utilità della soluzione prodotta, dovrebbe considerare la compatibilità della risposta creativa con il contesto di riferimento. Spesso questa dimensione viene ignorata poiché si tende a valorizzare l'originalità e l'utilità come unici indicatori di creatività, indipendentemente dall'impatto che esse producono in termini di risorse consumate e prodotte. In questo senso, sarebbe interessante approfondire lo studio di quella che potremmo considerare *l'impronta ecologica*⁷ di una soluzione creativa, cioè il rapporto tra risorse impiegate e il loro possibile reintegro.

Esistono due prospettive per considerare la creatività. L'approccio della cultura occidentale considera la creatività come la capacità di produrre risultati di cambiamento originali. L'elemento caratterizzante è rappresentato dalla capacità di produrre nuove idee e nuove soluzioni ai problemi umani, che siano facilmente utilizzabili e replicabili. Il risultato è privilegiato rispetto al processo e rispetto al rapporto con l'impiego di risorse. Se la creatività produce valore risulta irrilevante la quantità di risorse impiegate purché, il loro ammontare, sia inferiore il valore prodotto dall'idea innovativa. È una visione dove la dimensione economica prevale su tutte le altre.

Differentemente da questo, l'approccio più tipico delle culture asiatiche ed orientali tende a considerare la creatività come capacità di adattamento al contesto, attraverso il cambiamento. Non è necessariamente l'originalità che caratterizza il processo creativo o la capacità di trovare soluzioni

nuove, ma la flessibilità nell'adattarsi alle situazioni del contesto. In questa prospettiva la considerazione dell'ambiente in cui la creatività si produce, tiene conto con maggiore sensibilità delle risorse disponibili affinché l'adattamento si possa compiere. Si tratta di due accezioni che non sono in contrasto tra di loro, ma che presuppongono due modi diversi di dare valore al contesto in cui la creatività si produce e va ad agire. La complessità dinamica e la crescente diminuzione nella disponibilità di risorse per produrre cambiamenti, suggeriscono di considerare in ogni processo creativo entrambi gli approcci. Grazie al processo di globalizzazione delle culture queste due visioni sono entrate in relazione tra di loro e stimolano a riflettere come un approccio solamente utilitaristico al processo creativo comporti il rischio di non essere ecologico nel medio lungo periodo.

Creatività e quotidianità

L'approccio quotidiano alla complessità dinamica comporta la necessità di potenziare l'atteggiamento creativo e gli strumenti di pensiero utili a leggere in maniera flessibile l'ambiente e a trovare soluzioni divergenti rispetto a quelle tradizionalmente utilizzate e non più sostenibili.

Tre semplici strategie consentono alla persona di utilizzare la propria creatività al quotidiano, sia nelle attività di soluzione di problemi materiali, sia nelle relazioni sociali. La prima strategia è quella di assumere un *atteggiamento possibilista* rispetto al contesto ed analizzarlo, cogliendone i vari aspetti, sospendendo il giudizio. L'atteggiamento possibilista si pone in prospettiva di ascolto inizialmente acritico, privo di pregiudizi e di considerazione di ciò che è divergente

L'impronta ecologica di una soluzione creativa

Atteggiamento possibilista

-
- 8 Il concetto di *role taking* è ripreso dalla *Theory of Role Taking Development* di R. Selman e D. Byrne. Esso spiega la progressiva capacità del bambino di decentrarsi da se stesso per acquisire prospettive diverse. Applicato al contesto creativo il *role taking* consiste nel decentrarsi in un ruolo diverso dal proprio, per superare le proprie cornici mentali, assumendone altre che offrono, però, punti di vista alternativi.
- 9 La 'fluidità' è uno dei fattori del pensiero creativo identificati da P. Guilford nel suo modello di analisi dell'intelligenza. All'interno del pensiero 'divergente', tipico della creatività, egli identifica, oltre alla «fluidità».

rispetto al proprio modo di leggere e considerare la realtà, per analizzare le possibili alternative che esso apre. La sospensione del giudizio aiuta a non affrettare la ricerca di una soluzione o la presa di una decisione. Essere possibilisti non significa accettare e condividere prospettive diverse dalla propria, ma più semplicemente tenerle in considerazione per poterle analizzare senza pesarle con un approccio pregiudiziale. La sospensione del giudizio aiuta a cambiare cornice senza valutarla preventivamente ma, semplicemente, considerando gli elementi che essa identifica.

Una seconda strategia è quella che porta a cambiare paradigma di analisi attraverso la *role taking*⁸. Assumere il ruolo di qualcun altro è un modo semplice per cambiare prospettiva, per assumere una cornice diversa dalla propria e, quindi, favorire la conoscenza di nuove possibilità precedentemente non considerate. La consapevolezza critica delle proprie cornici di riferimento facilita il processo di *role taking*. La terza strategia è rappresentata dalla *fluidità di pensiero*⁹: essa consiste nel non fermarsi alle prime ipotesi, alle prime considerazioni, ma nell'insistere per produrre più alternative, realizzando numerose opzioni tra cui poi scegliere quelle più adeguata. In questo senso la creatività può essere considerato uno 'spreco apparente' poiché porta a dover generare una molteplicità di alternative, ad identificare molte strade, diverse possibilità prima di scegliere quella ritenuta più adeguata. Finché lo 'spreco' riguarda solamente la generazione di idee tra cui poi scegliere, esso rappresenta un investimento per evitare, nella fase di attuazione delle soluzioni, il reale spreco di risorse.

Bibliografia

Cavallin, F. (1987), *Creatività e crisi*, Atti convegno SIPS, pp. 465-469.
 Cavallin, F. (1993), *Atlante della creatività*, Milano, Unicopli.
 Cavallin, F. (1996), *Creatività insieme*, Milano, Città Studi Edizioni.
 Cavallin, F. (1998), *Teoria del campo e metodo*, in *Attualità di Kurt Lewin*, a cura di

Contessa, G., Milano, Città Studi Edizioni, pp. 205-221.

Cavallin, F. (2003), *L'orecchio di Dionisio: ascolto ecologico, comunicazione e relazione*, Milano, Arcipelago Edizioni.

Cavallin, F. (2009), *Apprendimento e differenze di genere*, Rivista di Scienze della formazione e ricerca educativa 1, ISRE, pp. 97-114.

Cavallin, F. (2010), *Produrre comunicazione: il processo di problem solving creativo*, Rivista di Scienze della formazione e ricerca educativa 1, ISRE, pp. 81-100.

Cavallin, F. – Sberna, M. (1993), *Essere creativi*, Milano, Città Studi Edizioni.

De Bono, E. (1996), *Essere creativi*, Milano, Il Sole 24 ore.

Guilford, J. (1950), *Creativity*, *American Psychologist*, 5, pp. 444-454.

Guilford, J. (1968), *Creativity, intelligence, and their educational implications*, Knapp, San Diego.

Morin, E. (1993), *Introduzione al pensiero complesso*, Milano, Sperling & Kupfer.

Morin, E. (2000), *La testa ben fatta*, Milano, Raffaello Cortina.

Pera, R. (2005), *Intuizione creativa e generazione di nuove idee*, Torino, Utet.

Proust, M. (1954), *À la recherche du temps perdu III (La prisonnière)*, Parigi, Gallimard.

Sclavi, M. (2003), *Arte di ascoltare e mondi possibili. Come si esce dalle cornici di cui siamo parte*, Milano, Mondadori.

Selman, R.L. – Byrne, D.F. (1974), *A structural-developmental analysis of levels of role taking in middle childhood*, *Child Development*, n. 45, pp. 803-806.

Sternberg, R.J. (1999), *Handbook of Creativity*, New York, Cambridge University Press.

Wackernagel, M. – Rees, W. (2008), *L'impronta ecologica. Come ridurre l'impatto dell'uomo sulla terra*, Bologna, Edizioni Ambiente.

Role
talking

'Fluidità
di pensiero'



IL FATTORE X NELLA SOCIETÀ IPERMODERNA

a cura di Salvatore Capodieci e Maria Stella Paladin (IUSVE)

Il fattore 'X'

L'antropologo Massimo Canevacci¹ afferma che nella cultura giovanile si è passati dalla lettera 'K' degli anni '70, espressione simbolica dei tratti duri e antagonisti della controcultura, alla lettera 'X' in voga a partire dagli anni '90. Questa lettera ritorna in diverse forme: dai siti *on line* di internet dal contenuto proibito (XXX) a concetti come quello di extraterrestre (la 'X' sta per alieno, diverso da noi), extra large (XL) ovvero qualcosa di irregolare, X-file cioè che non è classificabile secondo canoni conosciuti, l'extasy, una droga che apre a dimensioni altre e che genera un'uscita da sé.

La 'X' è anche una lettera simbolo nella commercializzazione degli sport estremi e di attività avventurose: come la Salomon X Adventure, gli X Games americani (attività estreme in cui si trovano migliaia di persone), i fuoristrada che si chiamano X-Trail della Nissan, gli sci X-Wave della Salomon. In fin dei conti anche EXPO 2015 non si è fatta mancare la sua 'X'!

La lettera X è la *sineddoche di extreme*, termine opposto a *mainstream*, che significa convenzionale. In ogni personalità, collocati lungo un *continuum*, si possono riconoscere tanto gli aspetti 'X' quanto quelli *mainstream*.

Esperienza del limite

La sociologa Ferrero Camoletto² sostiene che il termine 'estremo' ha una dimensione estensiva e una intensiva. La prima è di tipo quantitativo, cioè essere agli estremi, ovvero indica la collocazione nel punto ultimo e maggiormente periferico, il più lontano dal punto mediano: le 'estremità'; la dimensione 'intensiva' è, invece, di tipo qualitativo, ovvero il grado massimo di un dato fenomeno: la sua 'estremizzazione'.

Questo processo duplice di estensione e intensificazione delle proprie abilità fisiche e della propria sensorialità, rimanda a una componente fondamentale che è quella dell'*esperienza del limite*: esporsi a una situazione di rischio o di difficoltà vuol dire abbandonare le reti di sicurezza che garantiscono lo svolgimento dell'esistenza quotidiana.

L'obiettivo è la sfida, che può essere rappresentata da un ambiente o da un elemento ostile come, ad esempio, il deserto, l'acqua, il vento, la velocità o la caduta libera. Nel racconto di molti sportivi c'è la sensazione di vivere una sorta di stato di grazia in cui il corpo, come fosse illuminato, riesce a trovare le soluzioni migliori proprio in condizioni estreme. È nel momento di massimo dispendio che il soggetto scopre di poter attingere a riserve nascoste di energia e vitalità.

Esperienza del limite

La lettera X è la
sineddoche di
extreme

1 Canevacci, M. (1999), *Culture extreme. Mutazioni giovanili tra i corpi delle metropoli*, Roma, Meltemi Editore, pp. 43-46.

2 Ferrero Camoletto, R. (2005), *Oltre il limite: Il corpo tra sport estremi e fitness*, Bologna, Il Mulino.

3 Messner, R. - Albus, M. (1999), *Non troverai i confini dell'anima*, Milano, Mondadori.



Significato simbolico del concetto di limite: i riti di passaggio

Il limite quindi è un confine e un valore che delimita l'entità o l'estensione di un'attività, di un'azione, di un comportamento, di una prestazione. L'esperienza del limite indica un termine ideale superato il quale ci si espone a una situazione di rischio o di difficoltà che comporta l'abbandono di ciò che è noto. Si può ipotizzare che andare oltre l'esperienza del limite sia *un modo per rendere concreti i sogni*, superando i timori. Ciascun individuo possiede dei limiti contro i quali si scontra ogni volta che tenta di raggiungere una meta e decide di superarla. Superare il limite significa innanzitutto tentare di conoscersi e di relazionarsi con il proprio Io più profondo. Reinhold Messner³ dice: «Quando raggiungo il limite vedo anche ciò che si trova al di là. È questo l'aspetto affascinante. Non vado al limite per sapere ciò che mi è possibile. Vado al limite per fare esperienza di ciò che

non mi è possibile. [...] Messo con le spalle al muro, spesso sono obbligato a tirar fuori capacità che trascendono l'immaginabile. Nelle mie avventure di frontiera ho visto che il subconscio trova soluzioni imprevedibili». Il concetto di limite si lega a quelli che erano, o che sono ancora in alcune popolazioni primitive, i riti di passaggio: raggiungere un nuovo stato attraverso l'esposizione al rischio e al suo superamento. Tale transizione è vissuta in termini prevalentemente individuali, come *potenziamento del Sé*.

La società ipermoderna

Cos'è la società ipermoderna? Un pioniere di questa definizione è stato Zygmunt Bauman, sociologo, che parla di 'liquidità': vita liquida, amore liquido,

Un modo per rendere concreti i sogni

Potenziamento del Sé

*Il virtuale si impone
sul reale*

relazioni liquide, ...La società ipermoderna è quella in cui *il virtuale si impone sul reale*: è diffusa ormai una modalità di accesso al mondo che si basa sempre di più sulla virtualità. Il fare prende il sopravvento sul pensare, rispetto a quanto sosteneva Cartesio «*cogito ergo sum*» oggi si potrebbe dire «*facio ergo sum*», nel senso che si è sollecitati continuamente al fare, all'agire, a eseguire comportamenti, il processo del pensare diventa sempre più breve e, di conseguenza, non c'è riflessione prima dell'agire. Questo è un elemento che in psicopatologia si chiama *acting out* e rappresenta il tratto dominante di alcune personalità, come i pazienti borderline, che comporta il sostituire il pensare con l'agire impulsivamente.

Il 'come' risolvere un problema soppianta il 'perché' avviene qualcosa, non ci si domanda più come mai un determinato evento sia potuto accadere con l'esclusiva preoccupazione di poterlo risolvere.

La nostra mente negli ultimi vent'anni è cambiata e si è modificata anche la relazione tra cervello e decisioni economiche; si è sviluppata infatti una nuova disciplina scientifica, chiamata neuroeconomia che, avvalendosi di varie scienze e di tecniche come la PET e la risonanza magnetica funzionale, studia come l'economia modifichi i meccanismi mentali del nostro cervello.

Il configurare sostituisce l'interpretare: il modificare le caratteristiche di quello con cui ci relazioniamo prevale sul cercare di comprendere il significato recondito di cosa c'è dietro quello che succede. È lo strumento prioritario della terapia psicoanalitica, ma è anche l'associazione critica di un pensiero libero che un individuo si pone quando succede qualcosa. L'imitazione prevale sull'introiezione: tutto ciò rende ancora più difficile e arduo il lavoro psichico del passaggio dall'adolescenza all'età adulta.

La connessione prende il sopravvento sulla relazione: se il mondo fino a pochi anni fa si fondava sulle relazioni interpersonali oggi, invece, si basa sulle connessioni.

In qualsiasi *social network* si può rimuovere chiunque toccando un tasto, impedendo

così ogni comunicazione futura con chi non è desiderato senza che l'altro ne possa mai sapere il motivo.

Una relazione, nata da una connessione, termina con una disconnessione senza chiarimenti o spiegazioni. Alcuni pazienti nei loro racconti riportano questo accadimento come un vissuto traumatico, come una grave offesa ricevuta perché il messaggio percepito è inequivocabilmente «non voglio più avere a che fare con te».

Nella cultura della connessione, l'informazione prende il sopravvento sull'affettività e la quantità prende il sopravvento sulla qualità.

È più importante avere un elevato numero di amici virtuali, piuttosto che un rapporto reale con una persona.

Ci sono ormai tanti adolescenti che preferiscono stare a casa trascorrendo il loro tempo sui *social network*, navigando in internet, piuttosto che incontrarsi fisicamente con i coetanei.

Nella società ipermoderna prevale l'idea onnipotente di poter ricevere un soddisfacimento immediato senza aspettare o dover sopportare le frustrazioni. La capacità di rinunciare, di accettare i propri limiti, di tollerare i rifiuti sono elementi indispensabili per la maturazione di un individuo.

La ricerca del successo è sostituita dalla notorietà: per successo intendiamo raggiungere la fama, quella condizione di faticosa conquista raggiunta con impegno e sacrificio, la notorietà, invece, è data da situazioni contingenti che portano alla 'ribalta' partecipando, ad esempio, a uno spettacolo televisivo.

Nella società ipermoderna domina l'*ideologia del ricambio e dell'usa e getta*: quando qualcosa non funziona viene sostituita.

Da un punto di vista psicologico questo comportamento è pericoloso perché tende a cancellare la possibilità di trovare una soluzione. Freud diceva che, quando sbagliamo qualcosa, proviamo un senso di colpa che dura finché non 'ripariamo' ciò che abbiamo 'danneggiato': è il concetto di 'riparazione dell'oggetto'. Oggi quello che

*Ideologia del ricambio e
dell'usa e getta*

*La connessione
prende il sopravvento
sulla relazione*

non funziona si getta via e si sostituisce, ma certo non si ripara: è scomparsa la cultura della manutenzione. Che impatto ha questo cambiamento di attitudine sul funzionamento della mente?

I bambini, non più educati alla cultura del riparare, tendono a liberarsi di un giocattolo rotto come di una relazione non più soddisfacente piuttosto che risolvere un litigio e riappacificarsi.

Siamo ormai alla frontiera della manipolazione del genoma, che sarebbe l'ultimo 'prodotto' da vendere. Bauman⁴ scrive: «probabilmente arriverete a scegliere dagli scaffali con cui avete imparato a scegliere barrette di cioccolato o accessori di abbigliamento, e a alla fine (se avrete ancora soldi in tasca) sceglierete anche i figli [...] e se sarete stufo di voi stessi potrete gettarvi nel cestino dei rifiuti più vicino e comprare un altro io, più alla moda e perciò più attraente e meno noioso, almeno per il momento».

Nella modernità liquida del villaggio globale, dove la disconnessione può segnare la fine di una relazione, non si ha più il tempo di dispiacersi per ciò che si perde, perché, questo, viene subito sostituito con qualcos'altro di simile, certamente migliore o anche completamente diverso.

Il rischio, in questo modo, è che non ci siano più desideri da soddisfare, ma solo voglie da appagare.

Il desiderio è un processo che mette in atto una autoriflessione che porta a individuare quello che ci sta a cuore: mette in moto un rapporto sincero con se stessi.

L'appagamento, invece, è qualcosa che colma il senso di vuoto.

Tutti questi processi di individuazione, di elaborazione del pensiero e di organizzazione del desiderio vengono così modificati.

Nella cultura ipermoderna non c'è spazio per la mancanza che, quando si manifesta, viene subito negata e colmata. Non c'è la possibilità di riparare, perché, grazie alla complicità della manipolazione virtuale, niente si è rotto o, se anche si è rotto, si sostituisce.

Dal punto di vista psicodinamico l'attuale

contesto sociale non aiuta a 'deprimersi' nel senso kleiniano del termine, ossia nel senso di dispiacersi per l'oggetto danneggiato, che avrebbe bisogno di riparazione e non di sostituzione. Il meccanismo della 'riparazione' è fondamentale nella nostra mente perché è quello che si contrappone alla distruttività. Possediamo una componente distruttiva e una riparativa: la consuetudine di 'gettare via' rischia di *far prevalere l'aspetto distruttivo*.

L'impossibilità a deprimersi nasce dall'annullamento della mancanza; infatti, se un oggetto viene sostituito immediatamente, non si ha nemmeno il tempo di sentirne la perdita e quindi è impossibile dispiacersi. La vita è un processo continuo (di illusioni e disillusioni) in cui si passa dall'idea di essere un po' onnipotenti alla consapevolezza della propria impotenza e quindi, come sostengono molti studiosi, la vita è una continua elaborazione del lutto, appena se ne supera uno ne inizia subito un altro⁵.

Riassumendo, nella civiltà ipermoderna prevalgono le dimensioni dell'individualismo su quelle del collettivismo e del senso di gruppaltà.

L'impresa sociale cooperativistica e solidale che presuppone, invece, un atteggiamento di condivisione, come può essere oggi realizzata? Come si può coniugare la necessità del volontariato con la dimensione individualistica?

Il bisogno prevale sul desiderio e la colpa è sostituita dal senso di inadeguatezza.

Nella società ipermoderna, il senso di inadeguatezza narcisistico sopravanza il senso di colpa.

La società dell'apparire ci fa sentire sempre più inadeguati e sempre meno responsabili. Il cambiamento epocale di tipo economico corrisponde a un cambiamento epocale del funzionamento della mente. L'azione del Super-Io nella mente del singolo individuo ha fatto sì che la società civile funzionasse per secoli basandosi su precisi parametri rappresentati dalla responsabilità e il senso di colpa; negli ultimi decenni il Super-Io sembra

Far prevalere
l'aspetto distruttivo

4 Bauman, Z. (2011), *Vite che non possiamo permetterci*, Bari, Laterza.

5 Racamier, P.C. (1993), *Il genio delle origini. Psicoanalisi e psicosi*, Milano, Cortina.



Vergogna narcisistica

essere stato sostituito da un'altra istanza: l'ideale dell'Io che si correla, invece, con la *vergogna narcisistica*.

Il senso di inadeguatezza sociale è un sintomo molto diffuso nella cultura ipermoderna, ma non gli si presta ancora sufficiente attenzione: basti pensare a quelle sempre più ricorrenti condizioni descritte come fobie scolari. Oggi sono in aumento i casi di bambini, anche delle elementari, che abbandonano la scuola perché la fobia scolare li fa rinchiodare in casa; questo fenomeno fino a pochi anni fa si riscontrava solo nelle scuole superiori.

Hikikomori (isolamento)

La patologia ipermoderna per eccellenza è chiamata *hikikomori (isolamento)*: sono ragazzi che iniziano con una fobia scolare e poi non vanno più a scuola o perché hanno subito episodi di bullismo o perché sono stati isolati. Vivono sempre chiusi nella loro camera e si dedicano alla navigazione in internet giorno e (soprattutto) notte! Sono complici di questa situazione gli stessi genitori che vergognandosi non chiedono aiuto.

Conclusioni

Il fattore 'X', nato negli anni '90, si manifesta nel secondo decennio del XXI secolo in modi diversi che richiederebbero ognuno un approfondimento.

Gli aspetti principali riguardano il rischio e la propensione al rischio (*risk-taking*), che si evidenzia all'interno della complessa trasformazione della persona attraverso alcuni fenomeni particolarmente rilevanti: l'ottimismo irrealistico, la ricerca di sensazioni (*sensation seeking*) e il senso della sfida nelle attività al limite (*edgework*).

La propensione al rischio si colloca su un *continuum* che va dall'estremo dell'antisocialità (atti delinquenti) passando per la componente legata all'avventura fino alla prosocialità che favorisce lo sviluppo della creatività.

Ulteriori ricerche andrebbero indirizzate nei seguenti ambiti: lo studio dei temperamenti filobatici e ocnofili (secondo la definizione data da Michael Balint⁶) e il *type-T-personality*, la ricerca sul genoma e in particolare l'influenza del gene DRD4 sull'iperattività⁷ e, infine, l'approfondimento delle ipotesi della psicanalista svizzera, Danielle Quinodoz⁸, sulla compresenza di piacere e paura nel provare la vertigine, vissuto che caratterizza la vita di quelli che lei chiama i 'giocatori dell'impossibile'.

Lo studio integrato da parte di varie discipline scientifiche potrà consentire di capire meglio i possibili sviluppi del funzionamento mentale nell'epoca della ipermodernità.

Bibliografia

- Balint, M. (1959), *Angstlust und Regression*, Beitrag zur Typenlehre, Klett Stuttgart.
- Bauman, Z. (2011), *Vite che non possiamo permetterci*, Bari, Laterza.
- Canevacci, M. (1999), *Culture extreme. Mutazioni giovanili tra i corpi delle metropoli*, Roma, Meltemi Editore, pp. 43-46.
- Ferrero Camoletto, R. (2005), *Oltre il limite: Il corpo tra sport estremi e fitness*, Bologna, Il Mulino.
- Matthews, L – Butler, P. (2011), *Novelty-seeking DRD4 polymorphisms are associated with human migration distance out-of-Africa after controlling for neutral population gene structure*, American Journal of Physical Anthropology, 145, pp. 382-398.
- Messner, R. – Albus, M. (1999), *Non troverai i confini dell'anima*, Milano, Mondadori.
- Quinodoz, D. (2005), *Le vertigini tra angoscia e piacere*, Milano, Franco Angeli.
- Racamier, P.C. (1993), *Il genio delle origini. Psicoanalisi e psicosi*, Milano, Cortina.

⁶ Balint M. (1959), *Angstlust und Regression*, Beitrag zur Typenlehre, Klett Stuttgart.

⁷ Matthews, L. – Butler, P. (2011), Novelty-seeking DRD4 polymorphisms are associated with human migration distance out-of-Africa after controlling for neutral population gene structure, *American Journal of Physical Anthropology*, 145, pp. 382-398.

⁸ Quinodoz, D. (2005), *Le vertigini tra angoscia e piacere*, Milano, Franco Angeli.

SOSTENIBILITÀ, AGRICOLTURA SOCIALE ED EFFETTI 'EDUCATIVI'

a cura di Alberto Grizzo (Ass n.6 Pordenone) e Andrea Guarnaccia (IUSVE)

Nella logica dei servizi il sistema di welfare è un sistema passivo, anzi oggi è considerato un arresto. L'economia afferma che il welfare dipende dal fatto che le imprese e i cittadini paghino le tasse, se i cittadini non le pagassero il welfare non vivrebbe.

Invece si deve intendere *la dimensione di welfare come una visione di sviluppo.*

Quando oggi tutti invocano il cosiddetto welfare generativo la prima questione che si pone è: se il welfare è generativo (o deve essere generativo) in che cosa consiste la sua generatività? Il welfare è fecondo se genera che cosa? Una persona che gestisce milioni di euro deve rendere conto di bilanci di milioni di euro e ne è direttamente responsabile. Ma se qualcuno afferma che questi milioni di euro arrivano dai trasferimenti della regione, delle provincie, dei comuni: chi li ha generati? Sono venuti da chi ha pagato le tasse. Quindi quella persona ha il compito di gestire il denaro che è stato trasferito da qualcun altro. In questo modo non si genera nulla nell'economia? Sembra che non si generi alcunché. L'economista Keynes diceva nel saggio del 1939 che il welfare va difeso perché è un motore di sviluppo.

Per aprire una stalla in alta montagna o progettare un percorso di agricoltura sociale che metta in moto giovani e svantaggiati e che ripopoli una comunità nella quale c'è una grossa fetta di emigrazione, occorre far bene i conti, non si può fare a cuor leggero. Oggi il welfare ha questa matrice prevalentemente assistenziale che migliora le condizioni di vita. Esso si configura come un riparatore, qualcosa che supplisce, che compensa bisogni e mancanze. Un esempio emerge dalla risposta assistenzialistica che viene data attraverso le pensioni di invalidità e di accompagnamento. Con una impennata dei costi perché,

aumentando le aspettative di vita, tutti in qualche modo diventano dei 'disabili', hanno bisogno di risposte assistenzialistiche.

Nel giro di dieci anni si arriverà ad un costo inaffrontabile: undici miliardi di euro per la disabilità e la cronicità. Si deve, invece, in qualche modo capire *quali sono le condizioni per cui si rende passivo o bisognoso un soggetto.* Si può passare da quel modello ad un modello in cui un soggetto, anche in condizioni di fragilità, possa avere delle potenzialità. E qui sta il salto logico. Tutta l'impostazione logico/metodologica con la quale si sono costruite l'analisi dei bisogni e le conseguenti risposte sociosanitarie ha seguito un paradigma individualista per definizione, perché si è partiti da tale approccio. Il soggetto è stato atomizzato, rendendolo individuabile si è approdati ad un individuo senza collettività. Ed inoltre, le capacità del singolo per quale vita? Primo tema da riportare al centro del dibattito è *che cosa sia una vita buona cioè una vita che possa essere degna di essere vissuta.* A proposito di quelle persone a cui danno i soldi per l'asse sulla socialità e vanno in gita il sabato e la domenica, tutti in fila, uguali, così che li riconosci subito, pensate che vi sia vita buona lì dentro? Se si riporta al centro la questione della vita buona si comincia a trovare una prima risposta che aiuta ad orientare. Quali caratteristiche deve avere una vita buona, una vita di senso? In altre parole, per stare con gli altri, per incontrare gli altri, per finalizzare un'azione verso gli altri, innanzitutto si deve aver fatto esperienza di alterità. Ma questi centri diurni, tutti uguali, che esperienza fanno fare se la monotonia della vita di ciascuno è ogni giorno la negazione dell'altro, dell'esperienza dell'altro? Attenzione, non solo l'altro uomo/donna ma anche l'altro animale, l'altro vegetale, l'altro

La dimensione di welfare come una visione di sviluppo

Quali sono le condizioni per cui si rende passivo o bisognoso un soggetto

Che cosa sia una vita buona cioè una vita che possa essere degna di essere vissuta



*Non esistono relazioni
senza il riconoscimento
dell'alterità.*

trascendentale.

Uno dei testi fondamentali di Paul Ricoeur tratta della questione del sé e dell'altro e distingue in modo paradigmatico il sé come *ipseità* e sé come *idem*. L'*ipse* e l'*idem* è il tema di un sé che si mantiene sempre uguale a se stesso, non incontra in se stesso l'alterità. Uno potrebbe dire «sii te stesso» in divenire, così da avere un comportamento di crescita, non solo di mantenimento. Il problema è come ci si evolve mantenendosi: in questa prospettiva l'evolvere fa esperienza dell'alterità, ci si allena all'alterità. L'esercizio dell'alterità è qualcosa che si fa già da bambini, come l'amico immaginario da piccoli o l'angelo custode. In base all'esperienza dei saggi sul tema dell'ombra – io sono me stesso ma anche l'ombra di me stesso – occorre fare esercizio di presa di confidenza con la proprio alterità. L'artista Francis Bacon si esprime attraverso le trasformazioni dei volti, ma la sua intenzione non è di prendere i volti come immagine iconoclasta è piuttosto quella di cercare l'altro

nel volto, facendo in modo che una parte rimanga sempre se stessa. L'esperienza di alterità di ciascuno accresce il sé relazionale: *non esistono relazioni senza il riconoscimento dell'alterità.*

La domanda è: «Ma tu che esperienza di alterità hai? Ma tu con il tuo altro da te che esperienza hai?» Se non si sono fatte una riflessione e una esperienza di questo tipo è più difficile trovare l'altro. In genere noi abbiamo un rapporto frugale con il volto dell'altro (ci piace, non ci piace): la bellezza più seria nasce dall'imparare a cogliere il dettaglio. La capacità di dettagliare permette di guardare l'altro in un modo completamente diverso, da sguardo nuovo, permette di non liquidare l'altro con un bello o un brutto, con un mi piace o non mi piace, ma si fa attenzione agli aspetti compositivi. Occorre inventarsi degli esercizi sull'alterità perché, quando si va a lavorare con persone, non serve poi molto fare laboratori di ceramica o di legno, piuttosto con persone svantaggiate significa

riconoscere l'accesso all'alterità. La ricerca dell'alterità deve essere allenata, va costruita, non è qualcosa di spontaneo, è in effetti un esercizio. Con le persone svantaggiate la prima domanda è quella di riflettere su quanta esperienza di alterità gli si sta offrendo loro. La vita buona è una vita di relazione andando oltre la ripetitività e la consuetudine.

Qual è il contesto più idoneo per sviluppare una condizione in cui l'alterità si mostra in maniera importante? È quella di riscoprire l'habitat naturale che è la comunità. Nella comunità la quota di alterità che si mette in gioco è potente: ma quale concetto di comunità? Secondo Aristotele, il carattere della comunità è quella di essere costituita in vista di un bene, di un fine, è quella di essere orientata teleologicamente, tendente ad un *telos*. Il fine è in vista di un bene di vita buona. In questo senso la comunità è il luogo dell'umanizzazione delle persone in quanto tende al loro ben essere, essere secondo il bene. Ma quali sono le condizioni di questo bene? Sono quelle condizioni che la comunità negozia al suo interno, non una lista compiuta ma qualcosa che serve per il dibattito in modo che si diventi umanizzatori della comunità, non educatori. Abbiamo bisogno di facilitatori e di umanizzatori della comunità per risvegliare e ricostituire contesti comunitari. Tornando a riferirsi all'economia, che all'inizio si è lasciata quasi in sospenso, che cos'è l'economico? Non certo l'economia di mercato come l'abbiamo conosciuta fino adesso perché è costruita su ciò che si è contestato poco fa: eccesso di individualismo in cui il paradigma dominante non è quello relazionale ma il solipsismo individuale; esso è la condizione dell'esclusione dell'altro. Allora, *nella dicotomia tra stato e libero mercato c'è qualcos'altro: la comunità civile, la *societas civile**. La società attuale va quindi rigenerata su quelle forme di economia che hanno i loro concetti chiave nei paradigmi relazionali: reciprocità, pubblica felicità come bene collettivo, fraternità e collaborazione. A questo punto la domanda che si pone è come si può portare questi orientamenti nell'agricoltura sociale, nella fattoria sociale. Se si costruisce l'agricoltura sociale come negazione di queste condizioni sulle quali ci si è imbattuti si sta facendo una mossa completamente sbagliata: in alcune regioni

l'agricoltura sociale diventa una sorta di sostituto a buon mercato di un centro diurno o di un laboratorio, che interseca economie astratte e non fa una riflessione sull'economia civile e relazionale.

Portando come esempio un'esperienza personale riguardante i centri diurni, si è tentato di far uscire alcuni educatori da quel ghetto (che sono i centri diurni) e dare loro la possibilità, con i finanziamenti che sono assorbiti dal centro diurno, di gestirsi quotidianamente in altri contesti/spazi, dopo aver svolto un'analisi delle capacità dei soggetti che sembrano maggiormente idonei, in modo che siano capaci di vivere e di agire in un contesto diverso da questo, mettendoli in movimento. Attenzione: questa sperimentazione serve per sviluppare servizi alla comunità nella quale si va a risiedere. Cosa sono questi servizi? Portare la spesa a casa alle persone anziane, andare a fare attività con le scuole che si trovano in zona, occuparsi di agricoltura sociale attraverso gli orti di quartiere, andare a vedere se qualche anziano ha animali di cui non è più capace di occuparsi. Questo significa che si crea una palestra attraverso la quale i soggetti che sono usciti sono in grado di rendere, di reciprocare verso una comunità alla quale devono qualcosa e, come dire, si allenano a funzionare bene su queste cose in modo tale da essere riconosciute dalla comunità nella quale sono inseriti come persone capaci. Se una persona si inserisce in un progetto di agricoltura sociale, in cui si distribuiscono gli appezzamenti, uno non coltiva l'orto solo con l'idea dell'autoconsumo: esistono circa venti orti sociali e contemporaneamente c'è un orto comunitario. Tutti quelli che frequentano gli orti devono essere abituati a rispettare la condizione di condivisione, cioè si fa agricoltura per sé ma c'è anche una dimensione di agricoltura per l'altro. L'istituzione fornisce le piantine, le regala, dopo di che quando c'è un'eccedenza di prodotto esso viene restituito e la singola eccedenza viene data alle borse spesa della Caritas. Con questa operazione si favorisce nelle persone anche svantaggiate la dimensione dell'altro. *Quali sono le azioni di agricoltura sociale, sia in ambito urbano che in ambito rurale, che possono favorire il pensiero sull'altro?*

*Nella dicotomia tra stato e libero mercato c'è qualcos'altro: la comunità civile, la *societas civile**



L'orto non può essere un orto individualistico da alto consumo, ma dev'essere un orto che quando produce un sovrappiù cede, passa a qualcun altro. Il sistema di welfare cosa fa? Si tratta di un'iniziativa concertata. Le istituzioni concedono degli appezzamenti di terra non coltivati, si distribuiscono delle piantine, come sopra detto, e infine si recuperano i volontari, la società civile. Insieme si costruisce la dimensione di orto nella quale c'è l'individuale ma anche l'altro e questo pensiero dell'altro è rappresentato e visibile perché sarà un altro che andrà a distribuire questi alimenti. Così s'incontrerà il volto dell'altro che ha questo tipo di necessità, il volto dell'altro richiedente. La mossa è quella di investire sulle capacità della persona svantaggiata affinché possa reciprocare su altri. Se si fa così si fa economia civile.

Questo tipo di welfare non è più quello dissipativo di cui si parlava all'inizio: questo diventa un *welfare generativo nella dimensione solidaristica*. In questo caso, poi, c'è anche la dimensione economica che è sempre solidaristica ma punta a dar reddito anche a persone che lavorano. Per quando riguarda i giovani, c'è un progetto in un'area marginale montana. L'agricoltura sociale è una condizione che ha una sua dimensione di rete oppure un'intenzione che si occupa del territorio: cioè si deve pensare alla condizione territoriale dove l'azienda sociale è inserita. Nell'area marginale montana c'è una latteria la quale è composta da due casari giovani che hanno deciso di andare a vivere in area montana e fino ad ora sono riusciti a gestirsi con le stalle locali che producevano latte; queste stalle sono gestite da persone anziane. Adesso però i casari rischiano di trovarsi nella condizione di dover prendere il latte a valle. Se scompare un'azienda in area montana ne risentono tutti, anche le poche persone che ancora vivono in quel luogo e allora se il welfare è generativo si può aprire una stalla in supporto delle altre. In pratica, usando i soldi del welfare e i centomila euro di avanzo del bilancio (che personalmente gestisco) si è costruita una stalla, ma non solo. In tale prospettiva bisogna investire in una situazione che riguarda i giovani, facendo un mix tra categorie svantaggiate e giovani. Si è cercato di costituire un gruppo di appoggio con le

persone disponibili al progetto affinché si investa *in loco*, nella comunità dove le persone sono inserite. Il meccanismo è questo: queste persone vengono sostenute dal gruppo di supporto; esso mette mille euro a testa per supportare l'azione fatta, se sono venti le persone, si hanno ventimila euro in azienda. Le persone reciprocano in questo modo: impegnandosi ad una restituzione connessa alla produzione di un quinto, costruendo il loro lavoro in modo tale dedicandosi cinque ore alla stalla e tre ore al supporto degli anziani che abitano ancora nelle vallate.

I cosiddetti investitori di tali progetti non sono filantropi, sono più figure educative: il welfare investe su queste persone affinché essi investano sulle persone che localmente vivono su quel territorio. Gli anziani residenti non vogliono finire nella casa di riposo, ma stare nelle case dove vivono. In questo senso si recupera una dimensione di economia relazionale perché c'è un investimento del welfare da passivo ad attivo; c'è una dimensione di riconoscimento dell'alterità nel senso che ciascuno riceve dei soldi ma poi li dà indietro; si reciproca sulla comunità locale, si crea un sistema economico perché si riesce a mantenere la latteria che altrimenti si spomperebbe, si crea una filiera economica che avendo anche queste particolarità diventa curiosa ed interessante, dal punto di vista degli acquisti. Anche la stessa fattoria sociale è un'esperienza da considerare. Le domande sono sempre le stesse: *quali economie territoriali favorisce? Quali pensieri di reciprocazione mette in movimento?* Quanti di quelli che vi lavorano sono invitati a casa o a cena della gente lì? Si va a vedere chi è in difficoltà nello sviluppo e si cerca di creare un circuito collegato nel quale si forniscono finanziamenti a coloro che fanno agricoltura in questo modo; così si acquisiscono delle terre evitando di farle cadere nel 'mare magnum' del latifondo, si fanno operazioni di *fundraising* o di reperimento di denaro tali da offrire un finanziamento di crediti a chi i crediti le banche di norma non danno. Riscoprire gli usi civici dove si aveva usi condivisi di terre per pascolo, legnatico; il Veneto è maestro in questo. La Repubblica Veneta quando entrava nei boschi utilizzava il legname per l'arsenale, dopodiché diceva alla popolazione

Welfare generativo nella dimensione solidaristica

*Quali economie territoriali favorisce?
Quali pensieri di reciprocazione mette in movimento?*

che potevano prendersi la legna che volevano per scaldarsi. Rimettere in gioco la terra, i boschi in questa dimensione vuol dire rimetterli in movimento in una visione civica, come fa *Libera* con libera terra.

Le terre confiscate dalla mafia vengono rimesse in gioco in progettazioni che hanno questa natura e, contemporaneamente, servono a rigenerare territori, portare condizioni generative nel territorio e nei servizi affinché la popolazione rimanga in area.



LE DIMENSIONI DELLA SOSTENIBILITÀ NELLA GESTIONE DELLE RISORSE COLLETTIVE

a cura di Nadia Carestiato (IUSVE)

La sostenibilità
economica

La sostenibilità
sociale

La sostenibilità
ambientale

Il concetto di sostenibilità si è venuto a definire a partire dagli anni '70 del secolo scorso all'interno del dibattito scientifico sulle relazioni tra ambiente e sviluppo avviato dagli studiosi di matrice ambientale e dagli economisti ecologici, primo fra tutti il rumeno Nicholas Georgescu-Roegen, per arrivare ad una sua formulazione nel famoso rapporto della Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo ('rapporto Brundtland') che definisce lo sviluppo sostenibile «[...] *quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri*»¹.

Il modello dello sviluppo sostenibile è improntato sui tre principi-obiettivi cardine dell'integrità dell'ecosistema, dell'efficienza economica e dell'equità sociale (intra- e inter-generazionale) che richiamano tre diverse dimensioni della sostenibilità, ambientale, economica e sociale.

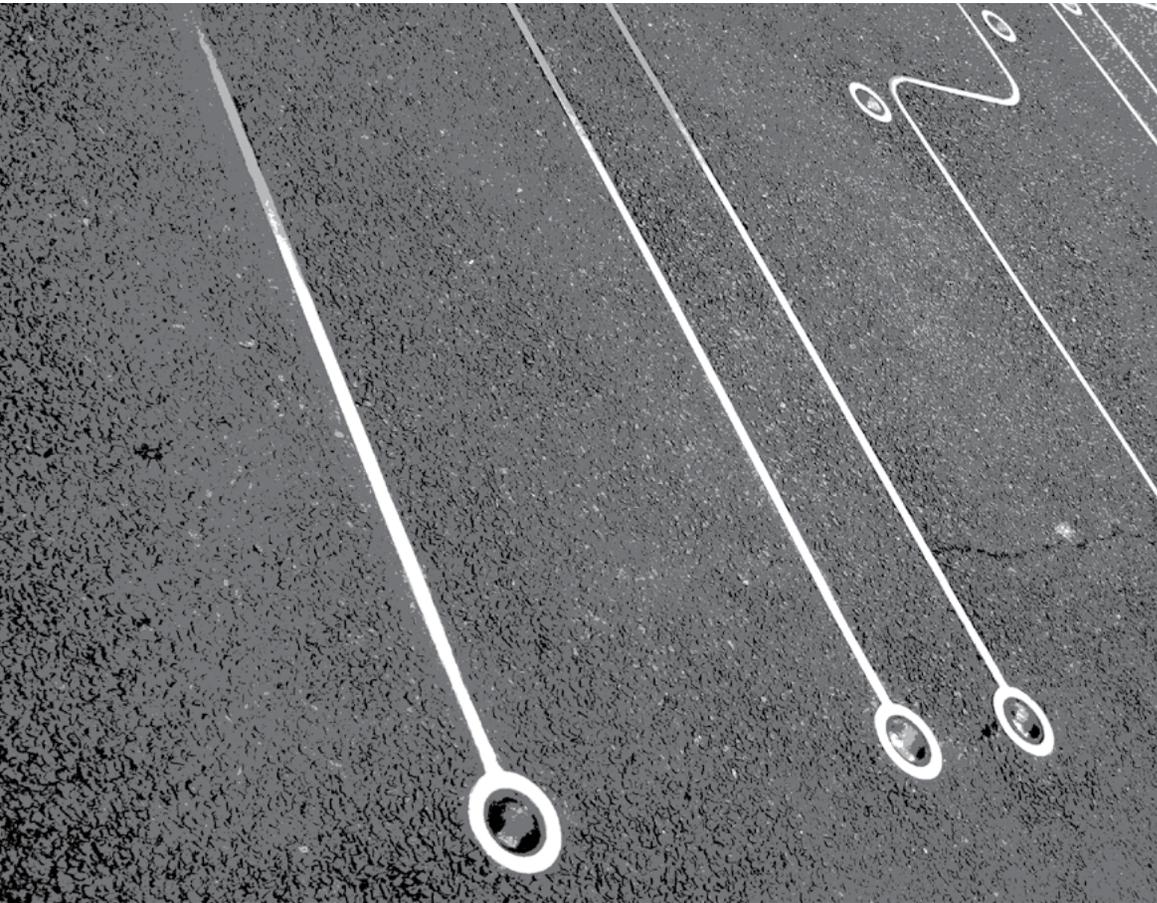
La sostenibilità ambientale corrisponde alla capacità di un sistema di preservare nel tempo le funzioni dell'ambiente naturale, funzioni che non sono utili all'uomo solo da un punto di vista utilitaristico e monetario, ma anche sotto l'aspetto ecologico, sociale e culturale. Tali funzioni, denominate 'servizi ecosistemici', corrispondono alla fornitura di cibo, acqua e materie prime, alla regolazione del clima e

al controllo dell'inquinamento (depurazione delle acque e dell'aria), alla formazione del suolo e alla fotosintesi, a valori estetici, spirituali, educativi e ricreativi, solo per fare alcuni esempi².

La sostenibilità economica risponde alla capacità di un sistema di generare una crescita duratura degli indicatori economici; in particolare, la capacità di generare reddito e lavoro per il sostentamento delle popolazioni andando ad eliminare le condizioni di povertà. *La sostenibilità sociale* è data dalla capacità di un sistema di garantire condizioni di benessere umano (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per classi e per genere, oltre che una reale parità di accesso alle risorse da parte delle diverse popolazioni della terra – ancora oggi i Paesi ricchi sfruttano le risorse naturali dei Paesi cosiddetti sottosviluppati (fossili, minerali, acque, terre impiegate per coltivazioni speculative e anche per la produzione di biocarburanti) impedendo la loro autosufficienza, e ancor prima la loro sopravvivenza.

Per una sua concreta attuazione, lo sviluppo sostenibile deve però essere territorializzato, ossia adattato alle caratteristiche specifiche di un dato territorio e degli ecosistemi locali, questo per non replicare le logiche del modello economico di matrice occidentale (basato su una visione antropocentrica e sulla crescita

1 Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (1988), *Il futuro di tutti noi*, Milano, Bompiani, p. 72.
2 Bagliani, M. (2006), Ecosistemi, indicatori e sostenibilità: nuove chiavi di lettura per il territorio, *Rivista Geografica Italiana*, 113, n. 3, pp. 439-464.
3 Georgescu-Roegen, N. (2003), *Bioeconomia. Verso un'altra economia ecologicamente e socialmente sostenibile*, a cura di Bonaiuti, M., Torino, Bollati Boringhieri, p. 23.



illimitata della produzione e dei consumi) le cui leggi sono state applicate universalmente in ogni ambito socio-geografico³. Il concetto di sostenibilità non si risolve quindi solo nell'ottimizzazione della qualità ambientale a qualsiasi costo, ma nella ricerca di equilibri dinamici e durevoli fra società insediata e ambiente. In questa visione, alle tre dimensioni della sostenibilità già descritte si aggiunge una quarta dimensione, quella della *sostenibilità politica*, che risponde alla capacità di autogoverno delle risorse da parte di una comunità insediata rispetto alle relazioni con i sistemi decisionali esogeni e sovraordinati. Quando si parla di 'risorse collettive', si fa riferimento a un sistema di risorse naturali e/o artificiali - prati, pascoli, boschi, aree di pesca, sistemi di irrigazione ecc. - utilizzate insieme da un gruppo di soggetti (in genere una comunità stabilmente insediata nel territorio nel quale tali beni sono ubicati) che condivide

diritti e doveri rispetto al sistema stesso⁴. I sistemi di risorse collettive, anche note come 'proprietà collettive', rappresentano antiche istituzioni proprietarie a base comunitaria che ritroviamo in tutte le aree del pianeta caratterizzate da ecosistemi incerti e complessi - aree montane, zone a scarsa piovosità, ambienti di transizione come le aree umide - in cui le comunità locali sono riuscite a vivere e mantenersi in stretta interdipendenza e senza eccessivi conflitti nel corso dei secoli, costruendo in maniera autonoma le loro istituzioni.

Nonostante le diversità che caratterizzano le diverse istituzioni collettive, sia per ambito geografico sia per la natura della risorsa, si possono individuare degli *elementi fondanti e delle funzioni comuni a questi sistemi*.

In letteratura i sistemi di risorse comuni trovano fondamento sul concorso di tre fattori⁵:
1. la pluralità di persone, individuata nella

La sostenibilità politica

Elementi fondanti e delle funzioni comuni a questi sistemi

comunità locale, che deve organizzarsi per gestire il patrimonio collettivo e raggiungere uno scopo comune attraverso la predisposizione di una serie di regole: le regole indicano i tempi, i modi e la quantità del prelievo della risorsa, il tipo di contributo che ogni membro della comunità deve dare ai fini di mantenere il sistema, i metodi di controllo e le sanzioni per gli eventuali trasgressori;

2. il regime giuridico dei beni di proprietà collettiva che li contraddistingue come beni indivisibili e inalienabili;

3. il suo scopo istituzionale, in base al quale la gestione del sistema ha finalità speculative, ma mira a fornire beni, servizi od occasioni di lavoro ai componenti della collettività locale, portando un vantaggio patrimoniale collettivo. I sistemi di risorse collettive si connotano come sistemi complessi e multifunzionali, nel senso che possono dare luogo a utilizzazioni multiple della stessa risorsa. Anche in questo caso, la ricerca ha individuato *tre funzioni principali della proprietà collettiva*: ecologica, economica e socio-culturale⁶.

La funzione ecologica svolta dalla proprietà collettiva deriverebbe dalla struttura stessa di questo sistema, il cui governo è assicurato da un insieme di regole che la comunità si è data, dettate dalle specifiche esigenze economiche della comunità medesima, ma prima di tutto rivolte alla conservazione della risorsa stessa. Elemento determinante per la conservazione della risorsa sarebbe dato dal fatto che ogni membro della comunità che la gestisce si sente comproprietario dell'intero bene; questo rapporto di comproprietà favorisce una sorta di auto-sorveglianza collettiva che difficilmente permetterebbe l'instaurazione di forme di utilizzazione o comportamenti non conformi alle regole stabilite dalla collettività. Altra considerazione relativa alla vocazione ecologica dell'istituto collettivo deriva dalla natura stessa del sistema di risorse

a cui risponde, in genere scarse o poco produttive, in cui ogni elemento naturale viene valorizzato per essere sfruttato al meglio delle sue possibilità. Ne consegue che la sopravvivenza di un sistema di risorse collettive è legata alla capacità dei suoi utilizzatori di adattarsi al contesto nel quale operano e al grado di informazioni acquisite sul sistema socio-ecologico locale, da cui derivano forme di governo endogene che trasformano i feedback ricevuti dall'ambiente in output per la sopravvivenza di quella comunità⁷. Questo è valido soprattutto nella gestione di sistemi di risorse collettive su piccola scala, in contesti più ampi, sovra-locali o globali, che non si possono copiare e ai quali non si possono applicare prassi organizzative di tipo tradizionale a causa della differenze sociali, culturali ed economiche che incidono su questi sistemi. Tuttavia, gli esempi di successo di gestione di sistemi di risorse collettive si rivelano ambienti di apprendimento interessanti, nello specifico per quanto concerne la gestione ambientale in senso più lato: la possibilità per le istituzioni di gestione di poter apprendere e modificarsi nel tempo in funzione delle informazioni e dei feedback che arrivano dal sistema socio-ecologico a cui sono legate, contro l'imposizione di regole universali, impostate a tavolino. Il *management adattivo*, come viene oggi definito tale modello di gestione, considera le regole e le politiche applicate di volta in volta come degli esperimenti, non come soluzioni definitive al problema, ponendo il rapporto uomo-ambiente entro un ciclo di co-evoluzione continuo⁸.

L'utilizzo delle risorse a fini produttivi determina la seconda funzione della proprietà collettiva, quella economica. Questa si riferisce alle funzioni che il patrimonio collettivo assume nel sistema economico di una data comunità: lo sfruttamento delle

Tre funzioni principali della proprietà collettiva

Management adattivo

3 Georgescu-Roegen, N. (2003), *Bioeconomia. Verso un'altra economia ecologicamente e socialmente sostenibile*, a cura di Bonaiuti, M., Torino, Bollati Boringhieri, p. 23.

4 Cfr. Ostrom, E. (1990), *Governing the Commons. The evolutions of Institutions for Collective Actions*, New York, Cambridge University Press, trad. it. di Ostrom, E. (2006), *Governare i beni collettivi*, Venezia, Marsilio.

5 Nervi, P. (1999), Le ragioni di un incontro scientifico, in *Il ruolo economico e sociale dei demani civici e delle proprietà collettive. Le terre civiche: dove, per chi, per che cosa*, a cura di Nervi, P., Padova, Cedam, pp. 1-10.

6 *Ibidem*.

risorse naturali dà origine – sia nel caso di prelievo diretto da parte degli utilizzatori che per quello della vendita o della produzione di servizi – a transazioni che ammettono lo scambio reale dei prodotti di processi distinti, con reciproco vantaggio e accordo dei soggetti interessati. Si sottolinea che, nel caso di vendita di parte della risorsa, i proventi derivati sono sempre re-investiti in opere destinate alle esigenze della collettività.

Terza funzione della proprietà collettiva è quella socio-culturale, derivata dall'insieme di usi non economici a cui la risorsa collettiva è sottoposta e da cui dipendono gli aspetti legati alla qualità della vita, alla socialità.

La gestione collettiva di un dato sistema – agro-pastorale o forestale, di pesca o di irrigazione – viene considerato anche per la sua capacità di produrre esternalità positive come la conservazione delle risorse, della biodiversità e del paesaggio oltre che la tutela del patrimonio storico e tradizionale delle comunità locali⁷. In questo senso la proprietà collettiva è considerata socialmente ottimale, perché produce beni comuni, materiali e immateriali, di cui tutti possono godere. Per queste loro caratteristiche, i sistemi di risorse collettive hanno rappresentato, e continuano ad essere per molte comunità locali, un modello di appropriazione e di gestione delle risorse sostenibile in quanto consente il mantenimento dei beni e il conseguente possibile utilizzo nel lungo periodo delle risorse, attuato attraverso forme di autogoverno responsabile da parte delle comunità locali coinvolte.

Bibliografia

- Bagliani, M. (2006), *Ecosistemi, indicatori e sostenibilità: nuove chiavi di lettura per il territorio*, Rivista Geografica Italiana, 113, n. 3, pp. 439-464.
- Berkes, F. – Feeny, D. et al. (1989), *The Benefits of the Commons*, Nature, 340, pp. 91-93.
- Bravo, G. (2005), *Istituzioni e partecipazione nella gestione di risorse comuni*, in La deliberazione pubblica, a cura di Pellizzoni, Roma, Meltemi, pp. 263-280.
- Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (1988), *Il futuro di tutti noi*, Milano, Bompiani.
- Georgescu-Roegen, N. (2003), *Bioeconomia. Verso un'altra economia ecologicamente e socialmente sostenibile*, a cura di Bonaiuti, M., Torino, Bollati Boringhieri.
- Nervi, P. (1999), *Le ragioni di un incontro scientifico*, in Il ruolo economico e sociale dei demani civici e delle proprietà collettive. *Le terre civiche: dove, per chi, per che cosa*, a cura di Nervi, P., Padova, Cedam, pp. 1-10.
- Ostrom, E. (1990), *Governing the Commons. The evolutions of Institutions for Collective Actions*, New York, Cambridge University Press, trad. it. di Ostrom, E. (2006), *Governare i beni collettivi*, Venezia, Marsilio.

⁷ Bravo, G. (2005), *Istituzioni e partecipazione nella gestione di risorse comuni*, in *La deliberazione pubblica*, a cura di Pellizzoni, Roma, Meltemi, pp. 263-280.

⁸ *Ibidem*, pp. 270-271.

⁹ Berkes, F. – Feeny, D. et al. (1989), *The Benefits of the Commons*, Nature, 340, pp. 91-93.



QUANDO IL CONFLITTO DIVENTA UNA RISORSA. L'ESPERIENZA DELLA COOPERATIVA SERVIRE

*a cura dell' Équipe di mediazione sociale (Coop. Servire):
Alberto Baccichetto, Federico Bressan, Giulia Cavalletto,
Claudia Ceccarello, Renè Galante e Claudia Stefani*

*Integrazione,
convivenza,
interculturalità*

Da alcuni anni è attivo presso il Comune di Padova un progetto di mediazione sociale, promosso e sostenuto dall'Unità di Progetto Accoglienza e Immigrazione (UPAI). Le azioni sviluppate mirano a favorire l'*integrazione* e la *convivenza* e a valorizzare l'*interculturalità* attraverso l'attivazione dei cittadini stessi nel farsi carico della qualità del proprio abitare. Attraverso questo elaborato si intende fornire una panoramica del lavoro svolto a partire dall'agosto 2013 fino al marzo 2014 con l'équipe di mediazione sociale della cooperativa sociale 'Servire'.

Un tratto significativo dello stile della cooperativa è il valore attribuito alla partecipazione dei soggetti e l'attenzione a costruire i progetti in base alle reali esigenze che il territorio esprime. Anche nell'ambito di questa progettualità cerchiamo di sviluppare tale prospettiva. Abbiamo messo a punto e testato in varie occasioni percorsi di ricerca-azione, che prevedono il coinvolgimento di tutti i soggetti significativi del territorio (in particolare dei cittadini immigrati), con lo scopo di definire, insieme, i bisogni, e individuare le strategie per rispondervi. L'impianto teorico nel quale di colloca la progettualità è pertanto quello considera i territori, i quartieri e più in generali *le comunità 'competenti'*. Le comunità non vanno educate o istruite, ma aiutate e sostenute ad attivare le proprie risorse relazionali per la risoluzione dei problemi che incontrano. Lo sviluppo di comunità competenti permette di costruire spazi e contesti sociali di benessere,

luoghi di crescita e condivisione del bene comune.

Gli obiettivi dai quali siamo partiti per strutturare gli interventi sono i seguenti: Promuovere la risoluzione di controversie tra vicini di casa, Favorire la reciproca conoscenza tra condomini, Facilitare i momenti di confronto (riunioni tra vicini di casa/assemblee di condominio), Sviluppare processi di convivenza valorizzando le risorse presenti nel territorio, favorendo la partecipazione diretta degli abitanti e co-progettando strategie alternative per la gestione dei conflitti.

Il conflitto è pertanto 'usato' come occasione, e letto come espressione di un bisogno. A partire da tali obiettivi e in accordo con quanto richiesto dalla committenza il servizio si è strutturato secondo tre direttrici, che comprendono tre categorie di criticità che possono presentarsi quando si affronta il tema del conflitto in relazione al tema dell'abitare.

Mediazione abitativa

Il primo ambito di lavoro coinvolge i mediatori quando le controversie sono già emerse e i cittadini chiedono un *intervento esterno* per affrontarle. L'intervento si basa sull'ascolto attivo e sulle tecniche di risoluzione creativa e collaborativa dei conflitti, dove l'esperto si pone come parte 'terza' e neutrale che mette i soggetti nelle condizioni di rileggere la propria posizione e quella dell'altro da un nuovo punto

*Intervento
esterno
Comunità
'competenti'*

di vista, andando a individuare gli aspetti condivisi su cui fondare soluzioni comuni ai problemi. Il servizio si attiva tempestivamente, su segnalazione degli uffici comunali o degli stessi cittadini, e prevede la realizzazione di incontri dove sono attivi gli spazi di ascolto nel territorio comunale, facilmente riconoscibili e accessibili (il servizio è presente in quattro diversi contesti, ma i colloqui si svolgono anche presso l'abitazione dei configgenti se necessario).

La procedura messa in atto prevede il coinvolgimento in prima battuta della parte che segnala la criticità e in seconda battuta della parte che viene segnalata. A partire da ciò si rilevano i bisogni, le difficoltà percepite e la motivazione ad attivarsi per la risoluzione della controversia stessa.

Fino a questo momento sono stati coinvolti circa 170 cittadini, per un totale di circa 70 conflitti presi in carico.

Di lato si riportano alcuni dati relative a variabili anagrafiche degli utenti fino ad ora coinvolti.

Quali strumenti si utilizzano?

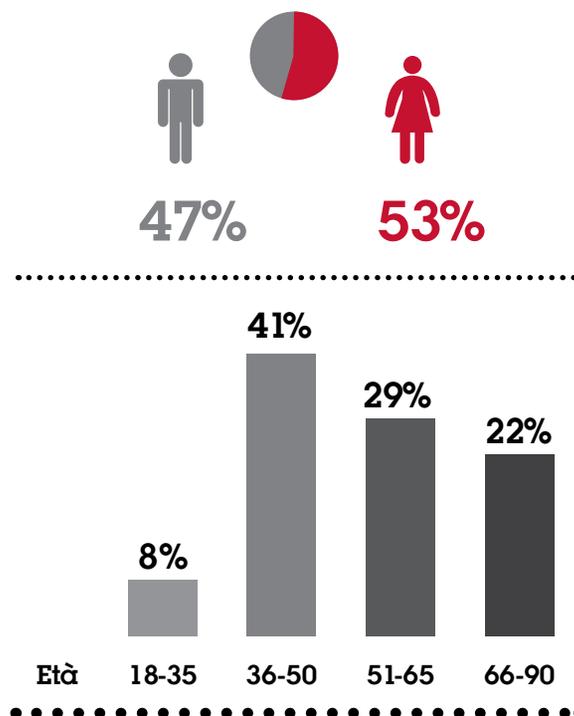
L'équipe di lavoro ha lavorato nella fase iniziale per la costruzione di strumenti che consentissero di archiviare e gestire l'elevato numero di segnalazioni raccolte e prese in carico. Si è pertanto condivisa con i servizi inviati la 'Scheda di segnalazione dei conflitti' al fine di avere un linguaggio comune e definire gli obiettivi dell'intervento ancora prima di vedere gli utenti. Attualmente si opera secondo cinque diversi *'Livelli di intervento'*: Contenimento (attività di raccolta del bisogno, ridimensionamento della conflittualità in essere e riduzione di possibili escalation. Tale attività si svolge in stretta connessione con l'UPAI, l'ufficio politiche abitative e favorendo il raccordo e l'attivazione dei servizi sociali di competenza);

Osservazione (attività di raccolta di informazioni, mappatura delle relazioni, analisi del contesto);

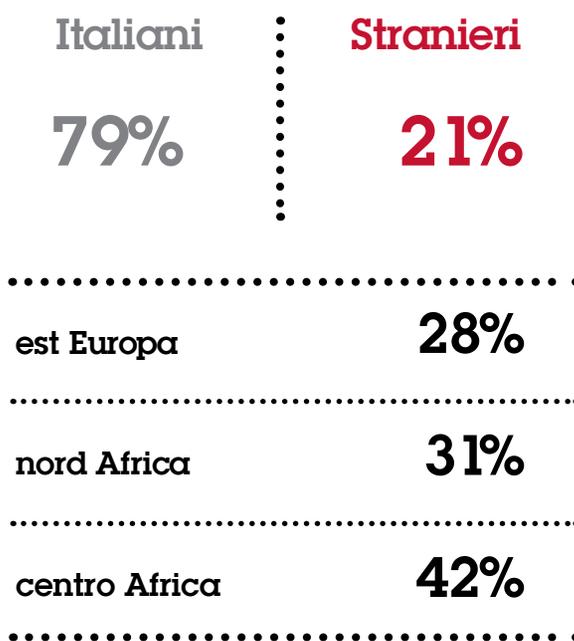
Mediazione (attraverso la responsabilizzazione delle parti in gioco e l'attivazione delle stesse per la risoluzione e il cambiamento delle relazioni e delle strategie di gestione del conflitto).

Accompagnamento sociale (facilitando l'inserimento nel nuovo contesto di vita

dati anagrafici



provenienza



attraverso l'orientamento ai servizi e alle opportunità già presenti nel territorio. Si rimanda al punto 3 per la descrizione dettagliata di tale azione).

Attivazione del contesto (partecipazione ad assemblee condominiali, coinvolgimento di più condomini).

Fino ad ora gli interventi sono stati così suddivisi:

I mediatori operano coinvolgendo sempre tutti gli attori della rete dei servizi, avvalendosi anche della partnership di una organizzazione locale e ha infatti attivato una *partnership* con l'associazione *Casa del Consumatore*, organizzazione attiva nel territorio padovano, che tutela i cittadini e i consumatori (salute, sicurezza, qualità dei prodotti e dei servizi, informazione, educazione, consumo, correttezza dei contratti) e li rappresenta. Di seguito si riportano le frequenze con cui sono presenti, nella gestione dei vari conflitti, anche altri servizi.

Metodologia di lavoro

La *metodologia di lavoro* prevede inoltre: L'utilizzo di 'schemi/ipotesi di accordo tra le parti',

La produzione di relazioni sulle situazioni seguite, per l'invio a servizi terzi,

L'aggiornamento costante di un Database utenti,

Incontri di équipe di progetto,

Équipe di raccordo con UPAL,

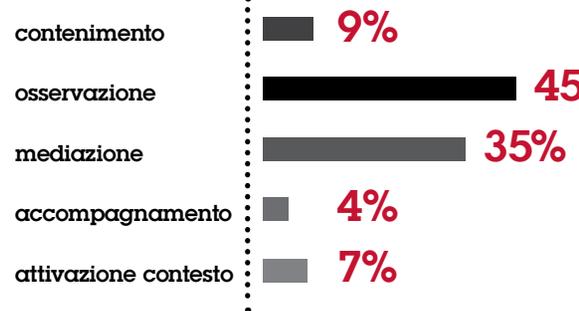
Équipe di raccordo con UPAL e Ufficio Politiche Abitative.

Ciò che come équipe notiamo dopo quasi un anno di presenza nel territorio è quanto incidano le seguenti dimensioni:

La diversa visione/lettura della medesima problematica delle parti coinvolte. In riferimento a ciò è importante sottolineare come le problematiche più presenti riguardino i rumori tra condomini confinanti, gli odori e la gestione delle pulizie degli spazi comuni e su tali dimensioni l'elemento legato all'interpretazione personale è sempre molto presente. Inoltre ciascuna parte porta un proprio vissuto e raramente si colloca anche nei panni dell'altro e prova a vedere la realtà percepita anche da angolature diverse dalla propria.

Il peso di stereotipi e pregiudizi nella definizione del problema percepito. A partire da quanto appena detto, è fondamentale

tipologia d'intervento



nel conflitto sono coinvolti



partire dal presupposto che esistono diverse abitudini e diversi significati attribuiti al concetto di proprietà privata, che si ripercuotono anche sull'uso che viene fatto degli spazi comuni. Possiamo affermare, rifacendoci al concetto di etnocentrismo (nella sua accezione più moderna e comune) che c'è la tendenza a giudicare le altre culture ed interpretarle in base ai criteri della propria proiettando su di esse il nostro concetto di evoluzione, di progresso, di sviluppo e di benessere, basandosi su una visione critica unilaterale. Ciò incide in modo significativo nella configurazione della problematica costruita da ciascuna delle parti in conflitto. La questione intergenerazionale. Abbiamo rilevato un alto numero di conflitti legati alla presenza di nuclei familiari con età media molto diversa e pertanto con esigenze legate al periodo di vita che stanno attraversando. Quello che abbiamo rilevato ha a che fare da un lato con tematiche legate alla gestione della 'solitudine' e dell'isolamento ma anche con le diverse aspettative che le persone hanno rispetto alla possibilità di entrare in connessione con gli altri condomini: il concetto di collaborazione e sussidiarietà orizzontale è infatti molto meno presente di un tempo.

Mediazione di comunità

La seconda tipologia di attività opera in chiave preventiva e promozionale nel rilevare i bisogni dei cittadini e valorizzare le risorse presenti nella comunità attraverso la partecipazione diretta degli abitanti. Per 'Mediazione di Comunità' si intendono tutti quegli interventi che hanno l'obiettivo di intervenire nelle situazioni di tipo interculturale, condominiale e di quartiere. Strumenti usati: griglia per interviste, incontri con quartieri, partecipazione ai tavoli, meta-progettazione degli interventi... In alcune micro-aree della città si è impostato un lavoro di sviluppo di comunità a partire dalla rilevazione dei bisogni e dalla segnalazione di conflitti in contesti specifici e in spazi collettivi. *Comunità e cambiamento* sono le parole chiave che contraddistinguono ogni intervento del servizio, e in particolare di questa specifica area. I mediatori hanno il compito di accompagnare singoli e gruppi in

percorsi di sviluppo delle proprie potenzialità, in base ad un'ottica di sussidiarietà e in collaborazione anche con altri tavoli/enti/ istituzioni già esistenti. La prima fase di lavoro è stata di mappatura e connessione con i gatekeepers presenti in tali contesti (presidenti di quartiere, membri di parrocchie e associazioni, assistenti sociali e altre figure rilevanti). La metodologia d'intervento si fonda sui principi della Ricerca-Azione territoriale, favorendo l'espressione, la partecipazione e l'attivazione dei cittadini, che sono qui considerati come portatori di risorse e competenze piuttosto che come utenti portatori di problemi. Le attività costruite assieme ai vari interlocutori diventano occasione per prendersi cura del proprio contesto, ma anche, più in generale, azioni che vanno a scardinare l'ottica deresponsabilizzante che spesso nell'ambito del sociale continua a venire applicata. Spesso infatti le persone si aspettano la risoluzione del problema da parte dell'operatore con la tendenza a delegare a terzi.

Qui viceversa si fa perno sull'acquisizione di strumenti e strategie da parte delle persone che vivono e sentono i problemi.

In questo momento, come équipe, stiamo lavorando in diversi quartieri e portiamo un contesto esemplificativo nel quale emerge con chiarezza sia la difficoltà sia la grande risorsa dell'andare *oltre il concetto di etnocentrismo*.

Il contesto che andremo a descrivere è la situazione presente all'interno di un palazzo adiacente alla stazione ferroviaria nel quale sono presenti oltre 50 nuclei abitativi. La segnalazione arriva dall'amministratore di condominio accompagnato da alcuni condomini, che lamentano le difficoltà all'interno del proprio palazzo con alcuni nuclei, tutti stranieri in particolare di origine cinese, che hanno dei comportamenti definiti come 'non consoni' alla vita condominiale (rumore, via vai continuo di persone, sporcizia, odori). La richiesta che inizialmente è stata fatta al servizio è di spiegare a queste persone le regole della convivenza. Ponendoci nell'ottica di sviluppare l'espressione e la partecipazione dei cittadini e non in quella di portare una soluzione già preconstituita, si sono incontrati i diversi abitanti 'segnalati'.

Il primo passo è stato conoscere il portinaio, che possiamo descrivere come il fotografo delle diverse difficoltà del vivere in questo contesto e che si è rivelato essere anche il

Oltre il concetto di etnocentrismo

Comunità e cambiamento



*Mediazione nella mediazione**Cogliere i diversi punti di vista*

nostro aggancio per entrare in contatto con i diversi nuclei. La difficoltà maggiore è stata quella di riuscire 'fisicamente' ad entrare in contatto con queste persone: un primo tentativo è stato l'invio con convocazione scritta in italiano e cinese. A seguito di ciò ci ha contattati solo una famiglia per dire che non poteva presentarsi all'appuntamento nell'ora segnalata, e ciò è stata l'occasione per rilanciare e fissare un altro appuntamento. L'obiettivo che ci poniamo in questi incontri non è proporre la soluzione o accusare qualcuno di non rispettare le regole stabilite dal regolamento condominiale, bensì *cogliere i diversi punti di vista* rispetto al vivere in quel condominio. Il primo incontro si è rivelato molto interessante: ad accoglierci in questa casa è stata la figlia di quattordici anni che parla italiano e che durante il colloquio ci ha fatto da traduttrice. Scopriamo infatti, parlando con lei, che anche loro vivono delle difficoltà: la notte non riescono a dormire a causa dei continui rumori provenienti dall'appartamento sottostante. Se prima l'etichetta 'stranieri e cinesi' sembrava collegata direttamente al non rispetto delle regole della buona convivenza, adesso questi nomi sulla lista cominciano ad avere un volto e a far emergere, seppure a bassa voce, le loro istanze.

Nel frattempo a parte questo primo colloquio il resto dei condomini non risponde, sarà il portinaio a darci il numero di telefono del secondo soggetto che incontreremo. Dopo questo secondo colloquio e dopo aver passato qualche ora in portineria cercando di intercettare qualche condomino, sentiamo indispensabile la collaborazione con una mediatrice cinese che ci aiuti a dar voce ai nomi sulla lista. L'incontro con la mediatrice sarà centrale per dare una sferzata al nostro lavoro. Attendiamo i condomini di fianco alla portineria, e all'arrivo del primo condomino, lei si presenta e noi di seguito, le chiediamo di tradurre che siamo un servizio del Comune di Padova, rendendoci subito conto che presentarci in questo modo non facilita l'emersione di possibili difficoltà. La mediatrice ci dice infatti, prima lettura interculturale, che i cinesi provenienti da determinate zone del paese temono molto l'istituzione che in Cina, a suo dire, è presente soprattutto con un ruolo punitivo e non come

Accompagnare i neo-inquilini

servizio alla cittadinanza. Cambiamo quindi l'assetto, sarà la mediatrice a presentarci e a farci da ponte con il resto dei condomini di origine cinese. Parlando con lei scopriamo che molti comportamenti segnalati come inadeguati nel nostro contesto in quello di una parte della Cina fanno parte integrante della 'vita condominiale', per esempio gli spazi comuni come corridoi scale sono 'vissuti' come luoghi in cui uscire anche in pigiama o dove mangiare con amici e parenti.

Questa '*mediazione nella mediazione*' ci fornisce molti nuovi elementi di conoscenza del contesto che ci permettono di continuare il lavoro di progettazione sempre nell'ottica di promuovere la partecipazione degli abitanti. Il passo successivo è stato re-incontrare i condomini segnalanti, ai quali abbiamo riportato i diversi punti di vista emersi, le difficoltà e il fatto che non fossero gli unici a vivere dei disagi, ma che anche tra i 'nuclei segnalati' ci sono persone che vivono esperienze simili alle loro. Restituendo infine una lettura interculturale delle difficoltà da loro esposte. A tratti rimangono stupiti e ci stupiscono a loro volta. Proponiamo loro un percorso da fare insieme con gli altri condomini nel quale provare a mettere in campo le difficoltà, ma anche le risorse. L'ipotesi è che a questi incontri partecipi anche la mediatrice culturale che ci permetta di creare un ponte e di uscire da un'ottica etnocentrica. Questa esperienza di mediazione è ancora un work in progress e come forse è possibile intuire dalla descrizione la progettazione dell'intervento si è andata costruendo proprio grazie alla conoscenza approfondita del contesto e con le persone che lo abitano. L'accompagnamento sociale

L'obiettivo di quest'ultimo filone di lavoro è quello di *accompagnare i neo-inquilini* nel nuovo contesto abitativo, facilitarne la conoscenza e favorirne l'integrazione, promuovendo le relazioni con i residenti e le istituzioni. Il mediatore si occupa di: favorire la nascita di legami positivi con il contesto abitativo e i singoli residenti; fornire orientamento nell'accesso ai servizi; favorire l'emersione dei bisogni mediante attività che facilitino il confronto tra i residenti. Sono previste le seguenti fasi di lavoro: fase 1: raccolta delle informazioni relative al nucleo familiare in collaborazione con i Servizi

di riferimento;

fase 2: definizione degli obiettivi specifici di lavoro a partire dalla contrattazione sociale con il nucleo e i servizi di riferimento;

fase 3: conoscenza approfondita del nucleo attraverso colloqui e visite domiciliari con gli obiettivi di creare un rapporto di fiducia, far emergere ulteriori bisogni sentiti e rinegoziare, se necessario, aspettative e garanzie;

fase 4: sostegno del nucleo rispetto al raggiungimento degli obiettivi concordati;

fase 5: monitoraggio e follow up.

Il metodo di lavoro prevede sia un lavoro di tipo individuale con le famiglie sia il lavoro di rete con le associazioni e i servizi del territorio. Gli strumenti che sono stati individuati sono pertanto i seguenti:

intra-équipe con assistenti sociali di riferimento;

colloqui, visite domiciliari, incontri con servizi e associazioni;

strumenti di valutazione specifici;

scheda caso per ogni nucleo familiare.

Rispetto a questa area del progetto i numeri sono più limitati, ma il lavoro con i singoli nuclei si protrae nel tempo. Sono stati fino ad ora seguiti 6 inserimenti, di cui 4 sono in fase di monitoraggio e 2 in fase iniziale.

I nuclei (4 nuclei di origine italiana e 2 di provenienza straniera) risultano così composti:

4 famiglie con figli;

1 coppia;

1 single.

Per quanto fino ad ora svolto, a nostro avviso, l'accompagnamento sociale può diventare:

un vero e proprio strumento di prevenzione e di aggancio nei confronti del nucleo seguito;

una risorsa per il condominio e per il contesto in cui la famiglia è inserita;

un anello di congiunzione tra i diversi servizi coinvolti nella relazione di supporto del nucleo in modo tale da rendere l'intervento sociale ed educativo unico e coordinato.

Sulla scorta di quanto appena scritto

l'accompagnamento sociale può essere visto: come azione 'ponte' tra la mediazione abitativa e la mediazione di comunità;

come presenza nel contesto condominiale che facilita le relazioni e riduce il livello di conflittualità anche laddove le situazioni di controversia sono ormai troppo cristallizzate;

è un'azione da potenziare sia per le potenzialità intrinseche di cui è dotato che per la necessità sempre più forte delle persone di avere dei punti di riferimento stabili nel territorio e continuativi nel tempo.

Come anticipato, l'*équipe* ha proposto delle *questioni* molto operative, riportando anche spaccati del lavoro svolto per favorire una riflessione sulle prassi fino ad ora messe in atto, consapevoli della non completezza dei dati in quanto il progetto è iniziato da meno di un anno e si conclude ad ottobre 2014. In vista di ciò stiamo organizzando dei momenti formativi per i tecnici (assistenti sociali, funzionari comunali, associazioni, forze dell'ordine, ecc..) e per la cittadinanza finalizzati sia ad incrementare le conoscenze nel settore della mediazione in un contesto metropolitano e multi-etnico come quello di Padova sia ad esporre i risultati del lavoro svolto sul territorio.

Si realizzeranno dei momenti informativo/formativi a giugno e un convegno finale ad ottobre che riassume i lavori del workshop e sensibilizzi la cittadinanza alle tematiche dell'integrazione e della mediazione sul territorio.

Questioni operative



PERCHÉ C'È BISOGNO DI CAMBIARE STILI DI VITA

a cura di Lorenzo Biagi e Chiara Pandiani
(IUSVE)

Questo nostro sistema di vita non è più sostenibile

Che cos'è uno stile di vita

'Sviluppo sostenibile'

Il nostro gruppo di riflessione sugli stili di vita ha preso le mosse dal fatto che gli interventi dei relatori hanno tutti lasciato intendere che dobbiamo ripensare la nostra organizzazione della vita, nel senso molto concreto che la sostenibilità parte dal modo in cui ci organizziamo la vita tanto sul piano personale che sociale.

In questo senso gli interventi del workshop hanno trovato una convergenza nella constatazione che *questo nostro sistema di vita non è più sostenibile*, almeno nei termini condotti finora. Infatti anche la crisi economica che stiamo vivendo ci sta dicendo che non possiamo uscire dalle sue difficoltà semplicemente con la crescita o ripristinando quello che c'era prima. Pensiamo invece ad una transizione verso un sistema che immagini nuovi stili di vita, facendo tesoro di quanto ci ha proposto con la sua relazione il Prof. Albarea, ossia che dobbiamo avere un'intelligenza che sa mediare, per cui la stessa utopia prende corpo mediante stili di vita possibili e praticabili.

Ci siamo interrogati anzitutto su *che cos'è uno stile di vita*. La parola 'stile' è oggi usatissima nel campo dell'estetica; in realtà si può apprezzare l'importanza della categoria dello stile di vita se la riconduciamo a una riflessione propria della storia dell'Occidente, ovvero la categoria della 'forma di vita', che fin dai Greci rappresenta la vita etica, come una forma di vita buona e bella, cosicché una vita ben vissuta è anche una vita bella.

Come hanno fatto gli antichi Greci a determinare questa forma di vita? Hanno individuato i parametri nelle *virtù*, una parola che oggi non va molto di moda, ma che invece potrebbe essere estremamente feconda per noi. Le quattro virtù cardinali (prudenza, temperanza, forza o coraggio, giustizia) possono essere riprese e riconsiderate, ripensate e rimodulate per questo nostro

momento storico. La temperanza, ad esempio, si rivela preziosa per il discorso sugli stili di vita: essa mette in luce criticamente che il nostro sistema si fonda sul grande paradosso creato dal mito dello sviluppo infinito e illimitato a fronte di un mondo finito con risorse finite e limitate. La temperanza potrebbe aiutarci a riscoprire non solo il senso, ma anche il valore del limite e della misura. Oppure la prudenza, che, in quanto saggezza pratica, ci chiede di saper coniugare in maniera intelligente quanto proviene dalle nostre profondità interiori con quanto invece ci viene proposto dai bisogni indotti dal consumismo. Ma anche la giustizia ci chiede di organizzare uno stile di vita condiviso, che non produca ulteriori ingiustizie e disuguaglianze. Infine, la forza, o il coraggio, ci chiede di avere la forza d'animo per saper andare controcorrente rispetto alla logica dominante e conformistica, per lo più ancora basata sullo spreco e sull'effimero, oltre che su uno sfruttamento dissennato dell'ambiente naturale.

Ed eccoci alla domanda che ci ha impegnato di più: che forma voglio dare io al *'mio stile di vita'*? Verso che cosa sono disposto ad incamminarmi per creare nuovi stili di vita? Vi è un orizzonte culturale nuovo dal quale prendere l'iniziativa?

In questo senso ci è venuta in aiuto *la storia del concetto di 'sviluppo sostenibile'*, che entra in circolazione a partire dall'inizio degli anni Settanta, ponendo la domanda su quali siano i modi per affrontare le problematiche ambientali e come rispondere ai bisogni della società non solo a partire da quelli presenti ma tenendo conto anche delle generazioni future. Nel 1972, infatti, era stato pubblicato ad opera di alcuni studiosi del Massachusetts Institute of Technology il rapporto sui Limiti dello sviluppo, commissionato dal Club di Roma. Tale rapporto riportava l'esito di una



simulazione al computer delle interazioni fra popolazione mondiale, industrializzazione, inquinamento, produzione alimentare e consumo di risorse, nell'ipotesi che queste stessero crescendo esponenzialmente con il tempo. Dalla simulazione veniva messo in evidenza che la crescita produttiva illimitata avrebbe portato al consumo delle risorse energetiche e ambientali. Il rapporto sosteneva, inoltre, che era possibile giungere ad un tipo di sviluppo che non avrebbe portato

al totale consumo delle risorse del pianeta. Dunque, l'idea di un modello di crescita economica che non consumasse tutte le risorse ambientali e le rendesse disponibili anche per il futuro si fa strada a partire dalla prima metà degli anni '70, e infatti proprio nel giugno del 1972 si tenne la Conferenza ONU sull'Ambiente Umano. Ma già nel suo nascere – ci sembra – questo paradigma si presenta come un ossimoro perchè 'sviluppo' include 'crescita': c'è sviluppo solo se c'è crescita

Possibile struttura formale dello stile di vita

Iniziare da noi stessi

in termini di produzione e di consumo. In qualche maniera si tratta di uno sviluppo che smentisce internamente il senso della sostenibilità. Mentre la parola 'sostenibile' richiama appunto qualcosa che duri nel tempo, nel lungo periodo; come posso dunque far durare nel tempo questo processo senza sprecare irrazionalmente le risorse? Oggi ci pare di dover constatare un certo insuccesso di questo paradigma che per altro andava solo a ritoccare alcuni aspetti perché evidenziava il concetto di 'risorse rinnovabili' invece che 'esauribili' e, anche se poneva maggiore attenzione riguardo alla natura, non entrava di fatto nelle modalità concrete di relazione con essa. Ci sembra dunque che i suoi indirizzi siano stati disattesi. Esempio molto semplice è il protocollo di Kyoto che chiedeva agli Stati di iniziare a tagliare le emissioni di CO₂ del 5,2% entro il 2012, mentre oggi le emissioni di CO₂ sono aumentate. Nelle relazioni mattutine abbiamo sentito parlare di economia positiva, che ha una sua ragionevolezza, tuttavia ci sono anche visioni più esigenti rispetto ai problemi che intanto si sono accresciuti.

Intervenire sulla società

Ci siamo poi interrogati su *una possibile struttura formale dello stile di vita*, che ci pare debba prevedere 1) che noi ripensiamo il rapporto con noi stessi mediante una nuova «esegesi del sé» (R. Albarea); 2) che rivediamo il nostro rapporto con gli altri, oltre il modello competitivo e invece più cooperativo; 3) che inventiamo nuovi modi di rapporto con il mondo, l'ambiente, la terra e con i beni comuni; 4) infine che instauriamo un nuovo rapporto con le istituzioni ad ogni livello affinché esse svolgano il compito loro proprio che è quello di creare uno stile di vita pubblico equo e solidale. Un stile di vita buono dovrebbe avere queste quattro coordinate, concretizzate in una nuova declinazione del tempo vissuto, del modo di intendere i beni, del modo di vivere i legami e di configurare delle pratiche comunitarie di rinnovamento civile.

Imparare ad 'accontentarci'

In questa direzione ci è parso di sottolineare che si tratta di punti molto impegnativi per inventare nuovi stili di vita, al fine di arrivare ad una vita sostenibile. Ad esempio, il primo punto è fondamentale: occorre riformulare il rapporto con noi stessi, altrimenti non possiamo rivedere il rapporto con gli altri e con il mondo che è fatto anche di altri, e nel mondo ci sono istituzioni con conseguenze che vanno dal micro al macro. Per cambiare stili di vita bisogna *iniziare da noi stessi*. Cosa vuol dire ripartire da se stessi, cosa può significare? In che termini si può ripartire da se stessi? Se io rispetto me stesso, imparo a rispettare gli altri, mi comprendo, capisco i miei limiti e capisco anche l'altro. Approcciarsi all'altro rendendosi conto dei propri limiti diventa decisivo in uno stile di vita oggi dominante, dove invece è difficile pensarsi con dei limiti e vince la legge del più forte. Riconosciamo che l'odierna organizzazione di vita ci ha fatto saltare un equilibrio interiore: uno dei primi aspetti da mettere in rilievo è questa concezione della crescita illimitata che ha messo le mani anche 'dentro la persona', di qui l'importanza di una ripresa del tema del limite affinché non divenga solo un discorso moralistico. Nello stesso tempo, dobbiamo anche *intervenire sulla società* agendo sui fondamenti stessi sui quali essa è costruita, perché abbiamo già superato il punto di non ritorno. Il discorso sugli stili di vita deve quindi interagire strettamente con il vissuto sociale. La fuoriuscita, in questo senso, dalla cultura del narcisismo ci sembra fondamentale, poiché nel paradigma narcisista è incluso sia il rapporto con noi stessi che quello con gli altri e con la natura. Non ci siamo nascosti il fatto che una tale prospettiva implica delle rinunce, comporta cambiare i 'materiali' stessi della nostra vita, dalle cose che indossiamo all'energia che usiamo, fino a riscrivere la vita dell'uomo, i suoi obiettivi, a favore non più di uno sviluppo illimitato ma per *imparare ad 'accontentarci'*

(riscoprire la frugalità) di quello che la natura ci mette a disposizione. Progetto utopico? Però è forse più probabile, se non cambiamo, che ci avviciniamo all'autodistruzione; per questo rinunciare a quello che abbiamo adesso, forse, è l'unica soluzione per andare avanti.

Il tema della rinuncia, assieme a quello delle virtù, non devono rappresentare una limitazione ma un pregio. Le virtù non sono nate con l'idea di limitare ma di far fiorire la persona, le virtù diventano un limite solo se l'idea dell'educazione è basata sul 'tutto e subito', e 'ad ogni costo'.

È chiaro, a questo punto, che l'*agire educativo diviene centrale*. Esso deve tener presente alcune sottolineature, come quella di generare un nuovo discernimento circa i bisogni, tra quelli indotti e non essenziali e quelli invece che nascono autenticamente dalla persona. Ciò implica anche una crescita di consapevolezza della differenza tra bisogno e desiderio, riscoprendo quest'ultimo come il vettore fondamentale della persona umana che gerarchizza gli stessi bisogni.

In secondo luogo, l'urgenza di generare una nuova educazione alla libertà, intesa non come assenza di limiti, ma come capacità di imparare ad autolimitarsi.

In terzo luogo, educare ad una nuova gerarchia dei valori, meno centrata sull'individuo e maggiormente aperta all'altro in tutte le sue declinazioni, da quella antropologica e sociale fino a quella spirituale.

Una quarta sottolineatura va nella direzione di un'educazione in grado di mettere in valore la comunità, l'intersoggettività, il dialogo e il confronto argomentato sulle diverse questioni concrete implicate negli stili di vita, fuori dal relativismo e dal moralismo.

Una quinta indicazione guarda all'esigenza di un'educazione che crei le condizioni affinché le persone si attrezzino per andare controcorrente, alla ricerca di stili di vita non piegati al conformismo, con quella forza

d'animo che aiuta ad affrontare difficoltà e pregiudizi.

Una sesta prospettiva emersa invita la nuova educazione ad essere più centrata sul lavoro collaborativo e sull'apprendimento cooperativo. In un certo senso bisogna iniziare partendo dall'esperienza dell'"empatia"; i 'villaggi solidali' in questo senso sono una concretizzazione di questo nuovo stile di vita cooperativo.

Ultimo punto, ma non per importanza, sono le istituzioni, le quali svolgono una parte fondamentale, proprio a partire dall'educazione fin dalla prima infanzia. Esse vanno impostate in modo che l'attenzione all'altro e il riconoscimento dell'altro, passando attraverso la convivialità e la condivisione per recuperare la forza dei legami, dell'aiutarsi a vicenda, possano generare una nuova forma di vita sociale. La stessa idea di impresa sociale che finalmente mette al centro non solo il profitto individuale ma anche la sua valenza in termini di capitale sociale, ci sprona ad interrogarci su cosa significa 'fare impresa' anche con la collaborazione di persone che hanno difficoltà e che tuttavia possono fare la loro parte.

L'area di riflessione era certamente ampia e noi abbiamo cercato di individuare solo alcuni spunti per una riflessione tutta da arricchire. L'educazione agli stili di vita si rivela in ogni caso essenziale al fine di dare corpo concretamente ad un progetto veramente sostenibile della nostra vita personale e sociale.

Agire educativo diviene centrale



UN NUOVO URBANESIMO URBANO

a cura di *Moreno Baccichet (IUAV, Legambiente FVG)*
e *Gloria Biondani (IUSVE)*

Cosa si sa rispetto
a come vengono
'costruite' le città?

«Cosa si sa rispetto a come vengono 'costruite' le città? Si ha idea di cosa sono i piani regolatori?».

Normalmente i cittadini non sanno come si costruisce il manufatto della città, è più facile che sappiano come si costruisce una struttura, un'opera d'arte. Quasi tutti sono in grado di conoscere le tecniche artistiche, ma le tecniche dell'urbanistica sono cambiate molto nel tempo, a partire dall'epoca antica fino ad oggi. Siamo in un periodo particolare, in cui sta cambiando completamente il modo di disegnare le città, o di ridisegnarle, rispetto a quella che è stata l'esperienza del passato, anche di trent'anni fa: una volta quello che ti insegnavano come urbanistica era come si amplia la città. La città era vista come un elemento in continua espansione. Oggi è il periodo della crisi, in cui la città non è più un organismo che si espande in teoria all'infinito, come era per noi, in Occidente, un tempo; faceva eccezione la Cina, le città cinesi, dove ancora questa operazione è in corso. Nel nostro territorio e in gran parte dei territori europei ormai le città sono bloccate.

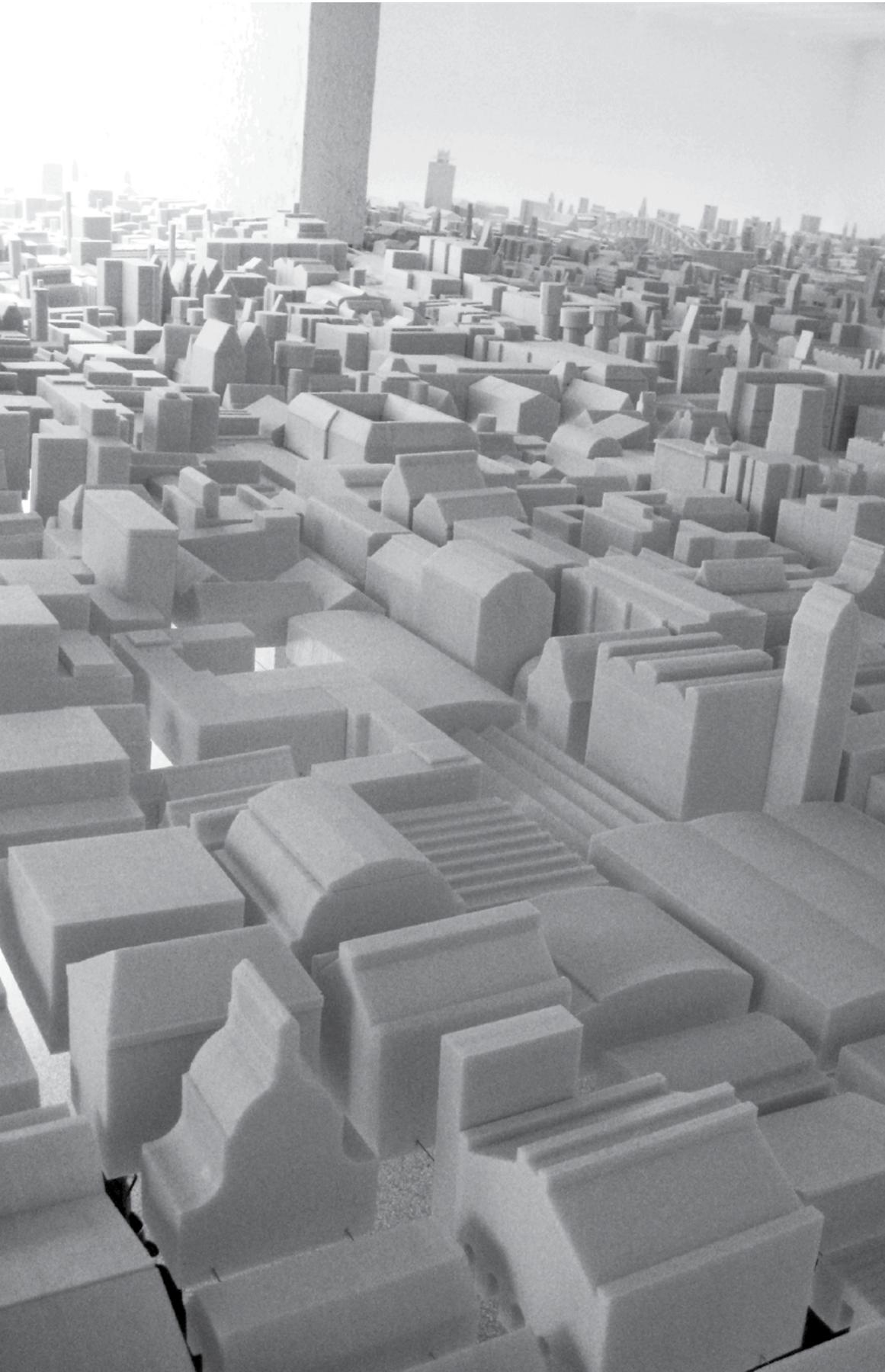
Milano ne è un esempio. È stata per moltissimi anni l'esemplare caso di una città che si espande a macchia di olio, consumando continuamente suolo, erodendo campagna. Ormai le grandi operazioni a Milano non si fanno più in periferia ma nel centro della città, utilizzando un termine, adesso molto in voga, che è quello di *'ri-generazione urbana'*, cioè prendere dei tessuti morti della città, degli spazi che sono stati abbandonati, e rigenerarli dando loro un nuovo significato, rispetto alla città.

Se rigenerare le città è stato il grande tema degli anni Ottanta e Novanta del secolo scorso, in realtà a partire dal 2005 in poi sta accadendo altro in urbanistica. Questa disciplina ha molti connotati utili soprattutto per chi segue studi che hanno a che fare con la psicologia. La questione dello spazio,

la dimensione spaziale di una città, di una metropoli, si sposa con la necessità di costruire comunità, in un momento in cui le città non stanno più cambiando a livello fisico, ma stanno cambiando da un punto di vista del contenuto umano che c'è all'interno di esse. Le città vecchie sono sottoposte a stress sociale sempre più forti e non governabili con strumenti tradizionali e questo non dipende da come si disegnano le strade; è importante indagare come la popolazione che entrerà dentro si sentirà parte attiva della cittadinanza di quel determinato territorio, di quella determinata porzione della città, di quel quartiere, di quella strada. E allora, come si può fare per ri-generare anche quel corpo sociale della città? E come si può unire insieme le trasformazioni fisiche ad un altro processo che sta emergendo in questi ultimi anni che è quello della trasformazione delle 'pratiche' della città?

Quello che sta succedendo nelle città in questo momento è che stanno cambiando più le pratiche d'uso che le tecniche dell'urbanistica: anche l'urbanistica si deve adattare e trovare nuovi strumenti di progettazione della città. Partendo dalla questione 'rigenerazione', si inizia con il riutilizzo dello stesso spazio pubblico. L'esempio che si conosce è quello dell'*High Line* di New York, il recupero di una sopraelevata; esso rappresenta l'esempio di cosa vuol dire rigenerare la città, ovvero ridare significati diversi a strutture e spazi pubblici che erano monofunzionali nel momento in cui sono stati costruiti e che potevano essere distrutti, ma che in questo caso vengono reinterpretati come spazio pedonale per la vita e per il piacere dei cittadini, ad una quota diversa rispetto a quella che è la confusione e il traffico stradale di Manhattan. Si costruisce uno spazio dove si può stare fermi a New York. Quindi si contraddice sostanzialmente quello che è il ruolo della strada, almeno negli ultimi cento anni a New York, che è un luogo di

'Ri-generazione
urbana'



mobilità e non un luogo dove stare. Il concetto di strada newyorkese non è un posto dove vivere, dove incontrare persone, dove bere un caffè seduti al tavolo; il recupero dell'*high line*, di questa sopraelevata, ha permesso di costruire uno spazio dove poter stare dentro la città per avere la possibilità di fermarsi, incontrare, anche attivare pratiche d'uso territoriali che altrimenti non si sarebbero potute realizzare veramente. Una cosa molto interessante delle immagini dell'*high line* non riguarda solo l'uso delle cose e degli spazi, ma soprattutto delle piante: ad esempio, piante infestanti, che normalmente fanno parte di quello che viene definito il 'terzo paesaggio', quindi piante che sono tipiche ruderali o dei residui di verde urbano, degli abbandoni. Si tratta di una reinterpretazione della strada come un bel vedere sulla città, attraverso il recupero di parti de-funzionalizzate dalla città, come occasione per rimodellare la città, non solo per viverla, ma anche per poterla leggere con prospettive completamente diverse. Le infrastrutture, che sono un evento tipico della città, sono oggetto di grandi progetti di reinterpretazione: una qualche linea ferroviaria diventa un posto dove andare in bicicletta, un posto dove stare sulle panche, dove potersi fermare, poter osservare il parco, poter trovare momenti di socialità, dove potersi sedere.

Si tratta di «non-luoghi»¹. *Il tema dei non-luoghi è diventato estremamente interessante in termini di progettazione*; in questi casi non serve il piano regolatore, occorre chiedersi cosa fare in questi spazi, quali pratiche d'uso possono essere attuate e come realizzarle. Il tema del recupero degli spazi era stato affrontato già negli anni Settanta, rispetto ad sottopassaggio di San Diego, con una modalità molto alla messicana, con un'interpretazione quasi folkloristica, anche da un punto di vista delle opere del giardinaggio, molto spontanea; in realtà questo tema sta diventando un tema diffuso e importante all'interno di molte città. La ri-progettazione dei luoghi è una delle frontiere della prossima urbanistica, non si fa con i piani regolatori classici, la si fa molto spesso con operazioni di progettazione partecipata con i cittadini. I non-luoghi diventano luoghi nei quali è più facile

Il tema dei non-luoghi è diventato estremamente interessante in termini di progettazione

Riconquista delle pratiche dell'agricoltura nelle città

intervenire con processi che fanno partecipare direttamente i cittadini che dovranno poi utilizzare questi spazi. Un esempio è Toronto, un non-luogo reinterpretato come uno *skate-park* dove è possibile praticare sport che possono dar fastidio negli spazi pubblici più frequentati: questo fa sì che il luogo sia re-interpretato.

Un sottopasso di San Paolo è diventato palestra di pugilato autogestita, con una sorta di arredo autocostruito e autogenerato dalle persone che fanno parte di questa palestra. Sono esempi di non-luoghi che diventano luoghi, elementi marginali che diventano elementi di centralità con funzioni richieste dai cittadini; riutilizzo di spazi per l'agricoltura sociale, con funzioni per incontrarsi e vedersi, luoghi per pratiche sociali, per vita comunitaria e per giocare. Si riutilizzano i luoghi, come stanno operando le Ferrovie dello Stato con il tema delle 'Grandi Stazioni', facendo diventare grandi centri commerciali i nodi ferroviari, quindi dei super-luoghi, degli elementi attrattori.

Nella città non sono solo i luoghi della periferia più disarmante che possono essere oggetto di recupero e riutilizzo da parte di una nuova versione dell'urbanità. Queste operazioni portano ad avere il cittadino come protagonista in modo che si senta partecipe della trasformazione dello spazio urbano: un esempio recente è il recupero di un magazzino, di uno scalo portuale. Viene attuato un intervento poco 'moralistico' nei confronti dei paesaggi, non esistono paesaggi belli e paesaggi brutti e questo deriva dalla nuova interpretazione che dà la 'Convenzione europea sul paesaggio', firmata a Firenze nel 2000.

A partire da questa Convenzione si è riservata una profonda attenzione al tema di una *riconquista delle pratiche dell'agricoltura nelle città*. Se negli anni Cinquanta e Sessanta la città si espandeva mangiando l'agricoltura, adesso ci sono pratiche per cui l'agricoltura torna dentro la città con il significato di riscoperta di un valore antico e importante, che è quello del rapporto con la produzione del cibo. Non è un caso infatti che l'Expo di Milano abbia come tema il cibo e venga situata su un'area che viene rigenerata

all'interno della conurbazione milanese. Ci sono esempi di agricoltura urbana fatta sulla cima dei condomini del centro delle città più grandi d'Europa. Dove non c'è più spazio a terra per ri-colonizzare si colonizzano i tetti, costruendo serbatoi per l'irrigazione, e il paesaggio suburbano e di frangia entra a tutti gli effetti all'interno delle parti più dure della città.

Questi progetti realizzati nelle grandi città coinvolgono molte persone volontarie e sono, in modo particolare, un'operazione culturale, nella quale non si riciclano solo gli spazi, ma anche molto materiale. Tutto viene fatto con quello che normalmente è il rifiuto della città, (legno di pallets, recupero di cassette) in luoghi che possono essere già stati asfaltati, nei quali bisogna costruire suolo, anche con operazioni difficili (ad esempio, l'attivazione di corsi per imparare a fare *compostage*) per ri-colonizzare la città e allestire terre che permettano di coltivare dentro la città.

La riconquista dei residui ad uso pubblico è un tema che tocca tutta la città. A Milano, ad esempio, in via Montello, si è previsto di recuperare, con la collaborazione dei cittadini, un lotto passante rispetto all'isolato; lo studio urbanistico preposto ha elaborato il disegno di come poteva essere fatto un giardino temporaneo così da integrare la vegetazione spontanea con pratiche di giardinaggio.

L'esperienza del *Community Garden* è una pratica che sta iniziando ad entrare in uso anche in Italia; il prendersi cura di una parte di città insieme ad altri cittadini permette non solo di esprimere una passione, ma soprattutto di creare cittadinanza, appropriazione del territorio e partecipazione con altri cittadini.

L'operazione concettuale, definita 'Ecosistema Urbano', a Madrid, nei primi anni del 2000, si è inserita in una situazione di nuova espansione urbana della città, per lo più pavimentata, in cui il bisogno di avere uno spazio di ritrovo, uno spazio comune, è stato letto con un progetto innovativo che si è basato sulla costruzione di un elemento centrale in asse con la viabilità, nel quale il verde è tutto su vasi dentro una grande struttura che è come un condizionatore all'aperto. Nella grande Madrid calda è impossibile stare all'esterno d'estate per cui, con pannelli solari e piante, è

possibile creare un 'fresco' pseudo-naturale ed ecologicamente 'costruito' con le batterie dei pannelli solari.

Una delle cose importanti è la ri-progettazione dello spazio fatta con il cittadino, in zone nelle quali altrimenti sarebbe rimasto lo spaccio di droga. Talvolta queste iniziative si muovono sul tema della provocazione: per far capire che si vuole ripensare ad uno spazio lo si fa attraverso una pratica spontanea di sollecitazione di domande quali «che cos'è la città?».

In città non ci si sta più soltanto per risiedere e dormire, ma ci si sta per vivere in senso ampio, per studiare, pensare, giocare, incontrarsi, conversare. Nella pratica quotidiana si può vedere come le strade assumano un significato diverso ad esempio quando si organizza la giornata dei negozi aperti. Si allestiscono spazi che il giorno seguente vengono smantellati, oppure si costruiscono dei modelli, oppure prima di decidere cosa fare della piazza si comincia a progettarla meglio in collaborazione con i cittadini. Uno dei motivi per cui si scelgono queste tattiche di ri-conquista dello spazio condotte con i cittadini e attraverso l'uso del materiale povero è per tener conto dei costi. Non ha senso ormai recuperare e ristrutturare in modo determinato uno spazio, se il tema urbano di questo momento è quello della continua mobilità dello spazio. Ormai i nostri luoghi stanno diventando un po' come quello che succede nelle televisioni, un continuo sostituirsi di oggetti, di idee, di desideri, per questo diventa anche difficile dare una forma fisica o un'interpretazione corretta di questi spazi.

Il modo di rappresentare le trasformazioni (per farlo capire meglio anche alla popolazione) non è più il disegno bidimensionale tipico del sapere esperto, ma viene recuperato il tema del fumetto, dell'astrazione, di un linguaggio più popolare, più legato alla pubblicità. Soprattutto negli Stati Uniti questi spazi vengono pensati per fare più cose contemporaneamente o ad orari diversi. Altro tema interessante è il *design collaborativo* che si concretizza in micro progetti. Un esempio di come le pratiche possono essere fatte mobili è il *Mobile Gastfreundschaft*, cioè spazi



Progettazione
partecipata con i
cittadini

per cucinare in strada, i quali permettono di far interagire i passanti, i cittadini tra loro attraverso il tema del cibo, importante per far incontrare persone di culture diverse. Sulla storia industriale della città si innesta un nuovo *input*: quello di dare servizi a tutti i quartieri che erano popolari in modo che la rigenerazione permetta pratiche che prima non c'erano. Gli ambienti del verde, che poco somigliano a quelli ottocenteschi ma che sembrano in abbandono, vengono lasciati come elementi importanti di memorialistica dello spazio così che con l'uso di infrastrutture c'è una nuova ricolonizzazione del verde. Sono occasioni di *performance* per portare dei significati di recupero e di riutilizzo di alcune aree. Così è anche per l'arte: anziché essere esposta in un luogo urbano diventa l'oggetto del luogo quotidiano, la strada.

Le strade in città vengono completamente reinterpretate negli ultimi anni (ad Amsterdam, ad esempio, si chiama *DUS*, e si tratta di una esperienza artistico-provocatoria); la strada non è più uno spazio che non è di nessuno, ma luogo di collegamento tra interno ed esterno. Talvolta le operazioni per reinterpretare la strada vengono fatte con i cittadini che segnalano al Comune le proprie urgenze, anche attraverso provocazioni collettive nelle quali essi stessi non chiedono di avere il parco ma si attrezzano per fare il parco. Sono esperienze che talvolta si collocano ai limiti della legge, per mostrare al Comune o all'Ente che se ne deve occupare che è possibile, ad esempio, avere più spazio riducendo il posto auto o, come in occasioni quali il *Park Day* (che da due anni si svolge anche a Milano), per allestire un giardino mobile al posto delle auto. Non è un caso che la riduzione dei posti auto sia un tema che viene affrontato dall'urbanistica di molte città. La dimensione dello spazio pubblico cambia completamente, nel momento in cui si riducono le automobili che cercano parcheggi e si tolgono i parcheggi: si ottiene così uno spazio enorme per i cittadini. *Cosa fare in questo spazio? Chi lo disegna? E con chi lo si prepara?* Oggi si stanno sviluppando questi meccanismi di nuova progettazione sulla strada, come in Olanda dove il territorio

AAA-Atelier
d'architecture autogérée

Cosa fare in questo
spazio? Chi lo disegna?
E con chi lo si prepara?

stradale è completamente reinterpretato, riducendo i parcheggi, lasciando solo i posti per i portatori di disabilità e ponendo all'interno delle strade delle funzioni di giardino e di incontro, evitando così strade che sono solo occasioni di intasamento. Quando si intraprende un processo di progettazione partecipata c'è bisogno di diverse operatori, come i facilitatori, più che progettisti, poiché ciò che bisogna fare è la gente a dirlo o deciderlo (si tratta del *Woonerf*, in olandese «area con divisa»).

Quella che viene realizzata diventa una *Community Street*, dove le persone che frequentano quel posto, che creano pratiche sociali, automaticamente lo presidiano. Per riuscire ad avere una città che venga usata molto di più dai cittadini, per fare in modo che i cittadini si radichino molto di più sul territorio, probabilmente le vecchie professionalità, come l'urbanista o l'architetto, servono a poco, c'è piuttosto bisogno di costruire un nuovo modo di fare le città.

Tre studi

Il primo studio è il più vecchio, tra le progettazioni. Si chiama: *AAA-Atelier d'architecture autogérée* e si è sviluppato a Parigi. È un progetto che ha segnato in maniera determinante la nascita di un modo di fare *progettazione partecipata con i cittadini* che è completamente nuovo. Alla periferia di Parigi sono stati costruiti dei sistemi con *ecobox* su un terreno abbandonato, completamente ripavimentato sul quale viene ricostruito il suolo, posizionati dei pallets per creare un luogo duro sul quale camminare e costruire un *Community Garden* con tutti i cittadini in uno spazio chiuso (vedi anche a Milano l'attività dell'associazione 'Pepe Verde'). Questi luoghi dell'abbandono in realtà vengono frequentati da molta gente, poiché la pratica di tenere un giardino di questa dimensione deve necessariamente coinvolgere un alto numero di persone che si incrociano per la gestione, e all'interno di questo spazio possono nascere occasioni per creare iniziative come concerti, prendere il sole, avere momenti di socialità che non

sarebbero stati possibili senza un luogo fisico che si trasforma continuamente, anche nelle pratiche d'uso che vengono messe in campo dai cittadini.

Un altro progetto è il *Passage 56*: in uno spazio piccolissimo e difficilmente gestibile (due strade una da una parte e una dall'altra, affiancate da edifici) era rimasta una striscia di terreno molto lunga sulla quale doveva sorgere un fabbricato mai sorto. Gli AAA hanno cominciato con i cittadini a proporre l'idea di recuperare questo spazio abbandonato. Le due grandi cancellate riducevano quel 'corridoio' in un posto per i rifiuti o bivacchi, ora invece quello spazio è diventato un luogo per i cittadini.

A Parigi dove la strada ha un significato diverso da quello di New York la strada è un elemento importante per stare: a Parigi non sono importanti le piazze bensì le strade per stare fermi.

Un altro caso è l'esempio di due strade sulle quali si svolge una vita comunitaria intensa e un collegamento attrezzato tra le due strade (utilizzando materiale di recupero) permette una sorta di *Community Garden* che è stato progettato bene per i cittadini. Lo spazio era comunale ed è stato chiesto al comune, e i cittadini se lo sono presi in carico, per gestire loro questo luogo dove si crea socialità, per trovarsi alla sera a discutere cose che riguardano la strada, il quartiere. Il cittadino viene interpellato tre volte: viene interpellato prima, poi partecipa alla progettazione e si occupa di costruire l'elemento e infine lo gestisce. Questa è una differenza sostanziale rispetto a come funziona adesso, dove è il Comune a decidere ed assegnare il lavoro ad un professionista e il cittadino lo viene a sapere a progetto costruito. Questo tipo di progetto permette di costruire una massa critica all'interno dei cittadini, permette a persone che non si conoscevano di conoscersi, diventa un'occasione per dialogare con l'amministrazione, sono gli AAA stessi che si pongono il compito di costruire una sorta di gruppo di *leadership* che sarà in grado di dialogare con l'amministrazione, perché non diventi una situazione completamente anarchica.

R-Urban è un altro progetto degli AAA che

costruiscono una sorta di utopia concreta del rapporto tra città e campagna nelle zone della Francia urbana, in zone in dove c'è ancora un po' di verde e si progettano elementi a ciclo chiuso. Il progetto pilota prevede la costruzione di sette case ecologiche delle quali due sono case d'artista e cinque usate come case d'emergenza per persone che hanno problemi o che hanno bisogno di essere integrate. Queste sono case che hanno ciclo di acqua e rifiuti che è in equilibrio e diventano un esempio di sostenibilità nella città.

I Bruit de Frigo sono specializzati nell'approccio alla partecipazione con i cittadini. I loro progetti seguono sempre questo schema di incontri preparatori alla progettazione vera e propria nei quali si decide come dar forma alla parte attiva del progetto, e la loro tecnica è quella di costruire una sorta di allestimento: si porta i cittadini a costruire qualcosa insieme. All'interno di questo processo è sempre molto spiccato il tema della convivialità, del fare in modo che ci sia l'atmosfera. Alla fine di tutto questo, nell'inaugurazione, c'è sempre un restituire ciò che è stato il processo nel quale il cittadino è stato presente in tutte le fasi. Ciò che conta in queste realizzazioni fatte con materiale di recupero non è che il luogo di ritrovo sia bello ma frequentato dalla gente, che possa capire che quello diventa uno spazio importante; a volte non serve costruire grandi strutture, spesso possono essere cose molto semplici. Un esempio è il luogo che si è creato a Bordeaux, una *Beauty Farm* alternativa, fatta con delle vasche da bagno nelle quali si può fare il bagno con le alghe e accanto si trova il massaggiatore fatto di pallets.

Non interessa qui la forma dello spazio fisico e quanto durerà, non sono luoghi che hanno carattere definitivo, ma sono temporanei, incerti, come è incerta la vita quotidiana. Non ha senso spendere molti soldi per spazi di progettazione statici, piuttosto sono luoghi che continuano a trasformarsi come la città che vive loro intorno. La semplicità e il coinvolgimento della popolazione in questi progetti porta di volta in volta ad una semplificazione del progetto stesso, ciò che si costruisce con la popolazione viene utilizzato da essa già il giorno dopo, non è qualcosa

I Bruit de Frigo sono specializzati nell'approccio alla partecipazione con i cittadini



Il tentativo di Collectifect è quello di fare qualcosa di partecipato che permetta ai cittadini di cambiare la prospettiva che hanno sui luoghi che abitano

che deve attendere i tempi lunghi della progettazione. Alcune proposte realizzate hanno portato in città strutture come il bivacco per i ragazzi, in modo che i ragazzi comincino ad esplorare i loro territori andandoci anche a dormire e permettendo così di rivalutare la sensazione di come si guarda la periferia urbana.

Il tentativo di Collectifect è quello di fare qualcosa di partecipato che permetta ai cittadini di cambiare la prospettiva che hanno sui luoghi che abitano. Una cosa che l'*insider* spesso non riesce a fare, allora c'è bisogno di qualcuno che venga da fuori per poterlo mostrare. L'esempio è quello di un'esperienza di un parco all'interno di un piccolo paese, al *Collectifect* viene dato l'incarico di far sì che la popolazione individui dei progetti per lo spazio pubblico, una cosa all'apparenza molto difficile rispetto alla città. La procedura, simile a quella dei *Bruit de Frigo*, è passata attraverso il contatto con la popolazione, l'installazione di un laboratorio, la costruzione di un'officina per la produzione delle cose che sarebbero servite per trasformare i luoghi scelti. I cittadini hanno individuato un belvedere, una chiesetta abbandonata ed infine una stazione abbandonata degli autobus.

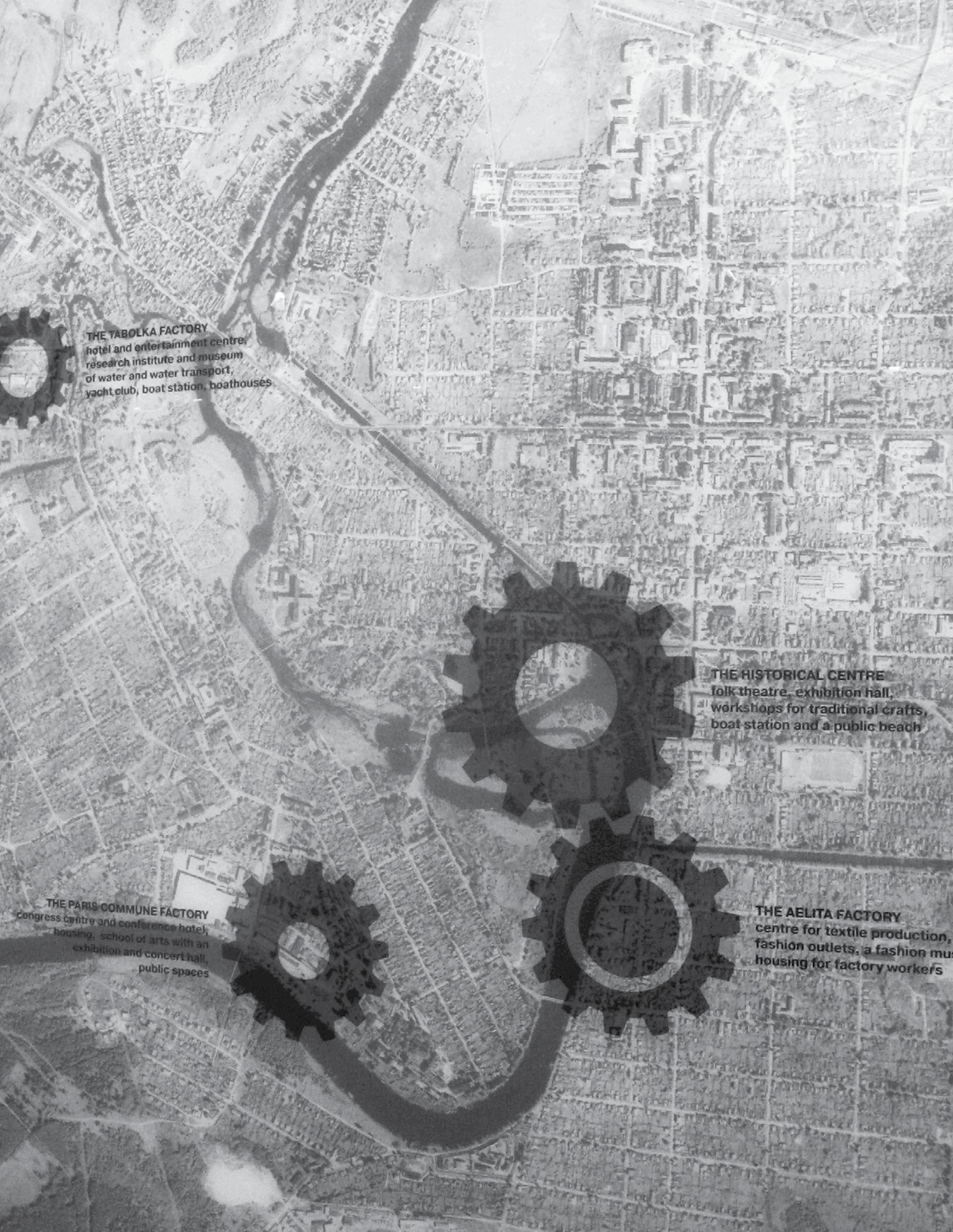
Interessante è il processo di installazione: arrivo dei progettisti nel paese, costruzione del laboratorio insieme, che diventa luogo nel quale si incontrano e si conoscono i cittadini, poi ci sono i facilitatori che promuovono i contatti ed escono per raccogliere i dati sul territorio, fare ipotesi di progetto con le persone, sentendo l'ufficio comunale e infine l'attivazione in termini progettuali, le ricognizioni urbane insieme ai cittadini dei luoghi dove si faranno le trasformazioni. Si attiva l'officina per produrre ciò che serve e poi si disegnano i progetti.

Si tratta di una ricerca-azione, già da alcuni anni esperita in ambito educativo e pedagogico.

Queste operazioni sono nuove forme di progettazione che nascono dal basso, non hanno carattere verticistico, ma spesso vanno contemporaneamente nei due sensi: è un modo di tentare di trasformare il territorio che va dalla società verso l'amministrazione e viceversa, in modo a-gerarchico.

In questa modalità di lavoro c'è spazio anche per chi studia scienze come psicologia, pedagogia o comunicazione. C'è una forte attenzione anche da parte dell'architettura verso una sorta di atteggiamento movimentista che anima il progetto, un atteggiamento meno formalista e meno legato allo stile architettonico e più orientato all'impatto che si può costruire e creare sulle persone e sui luoghi. Questa è una azione che porta ad *attivare cittadinanza attiva*, in cui si gestiscono spazi sociali.

Anche in questo modo si genera cittadinanza. Esperienze come queste permettono di incrociare i desideri, i saperi, le volontà; gli architetti, da parte loro, hanno bisogno del supporto di altri saperi esperti, così che si possa imparare da queste esperienze e riflettere su come si genera il legame sociale pensando all'ambiente di vita nella quale la persona è inserita.



THE TABOLKA FACTORY
hotel and entertainment centre,
research institute and museum
of water and water transport,
yacht club, boat station, boathouses

THE HISTORICAL CENTRE
folk theatre, exhibition hall,
workshops for traditional crafts,
boat station and a public beach

THE PARIS COMMUNE FACTORY
congress centre and conference hotel,
housing, school of arts with an
exhibition and concert hall,
public spaces

THE AELITA FACTORY
centre for textile production,
fashion outlets, a fashion museum,
housing for factory workers

IDENTITÀ DINAMICHE: IL BRAND PER IL FUTURO

a cura di *Andrea Barbato, Davide Barbato,
Alessandro Stefanoni e Marco Valmarana (IUSVE)*

Zygmunt Bauman

*Cosa significa
identità dinamica*

Ron Fricke

Sei casi di studio

Il workshop si apre con una citazione di *Zygmunt Bauman* tratta da *Modus Vivendi* in cui l'autore sostiene che «Il progresso è diventato una sorta di 'gioco delle sedie' senza fine e senza sosta, in cui un momento di distrazione si traduce in sconfitta irreversibile ed esclusione irrevocabile. Invece di grandi aspettative di sogni d'oro, il 'progresso' evoca un'insonnia piena di incubi di 'essere lasciati indietro', di perdere il treno, o di cadere dal finestrino di un veicolo che accelera in fretta». *Zygmunt Bauman*, nelle sue teorie, affronta concetti quali consumismo, rifiuto umano, globalizzazione, industria della paura. La società post-moderna viene descritta come società liquida costretta ad adeguarsi alle abitudini di gruppo, conformata dalla necessità di omogeneizzazione, dalla paura di esclusione, dalla volontà di appartenenza degli individui agli schemi comuni. Gli stessi concetti vedono un'efficace ed importante rappresentazione visiva nell'opera di *Ron Fricke*, un regista americano che, dopo la fondamentale esperienza alla direzione della fotografia del documentario *Koyaanisqatsi* del 1982 di Godfrey Reggio, decide di continuare la ricerca dirigendo una trilogia di lungometraggi. *Koyaanisqatsi* è un termine in lingua Amerinda Hopi e significa 'vita in tumulto' oppure 'vita folle; vita tumultuosa; vita in disintegrazione; vita squilibrata; condizione che richiede un altro stile di vita' e la stessa descrizione della società in cui viviamo viene affrontata in *Chronos* del 1985, in *Bàraka* del 1992 e *Samàra* del 2011, documentari anch'essi. Si proietta in classe uno stralcio di *Bàraka*, costituito da inquadrature ad alto impatto comunicativo, in cui viene rappresentato

l'individuo privo di una propria identità in un contesto preconfigurato, come involontario ma consapevole attore di una sceneggiatura preconfezionata da quegli stessi fondamentali citati da Bauman.

Partendo da queste suggestioni concettuali e visive, si è quindi introdotto il significato di identità in una società che tenta di negare la natura dell'identità stessa, per mezzo di una seriale omogeneizzazione. *Cosa significa identità dinamica* e per quale motivo viene indicata nel titolo dato al workshop come brand per il futuro? Un brand è un nome, un simbolo che individua e distingue un prodotto od un servizio, un'identità dinamica è in un certo senso un brand evolutivo, nell'accezione positiva del termine, è un segno distintivo che contiene il significato di individualità come elemento predominante e reiterabile, ma che in parte evolve e si adegua ai differenti contesti, pur mai negando la propria unicità. Per meglio spiegare il concetto, si analizzano *sei casi di studio* accomunati da un intento comunicativo sociale, culturale e geografico, ben distante dall'accezione prettamente commerciale e merceologica. Il primo caso affronta l'identità progettata dallo studio *Metahaven*¹ per *Sealand Identity Project*. *Sealand* è una piattaforma trilitica costruita durante la seconda guerra mondiale in mare aperto, che costituiva un punto di osservazione a 10 km dalle coste inglesi. Nel 1966 la struttura viene abusivamente occupata da *Paddy Roy Bates*¹ che proclama la fortezza stato indipendente, garantendo pertanto la possibilità di realizzare un progetto radiofonico svincolato dalle normative inglesi. È un progetto utopistico ma importante

¹ Lo studio *Metahaven* è uno studio di design e ricerca di Amsterdam (<http://www.metahaven.net/>).



Fotogramma da Bāraka (1992) di Ron Fricke.

spunto creativo per lo studio Metaheaven, che ne rappresenta l'essenza attraverso l'uso di libri e pubblicazioni che poggiano su confezioni di prodotti commerciali della grande distribuzione, simulando la morfologia della piattaforma. L'evidente intento è di comunicare l'innalzamento della cultura o del sogno, da un sistema sociale che si basa su stereotipi multinazionali.

Il secondo caso affronta l'identità progettata dallo studio TGIF² per il Nam Pak Cultural Day, evento di un'associazione no-profit che esalta la dicotomia specifica della città di Hong Kong, radicata nel rapporto tra la tradizione locale tipica della società orientale e l'apertura alla cultura occidentale. I due mondi sono rappresentati dai colori rosso e blu fusi negli ideogrammi.

Il terzo caso affronta l'identità progettata dallo studio Lava³ per NL-RUHR. Il bacino

della Ruhr, importante regione industriale tedesca recentemente bonificata e riconvertita, diviene rete distributiva culturale e di iniziative varie a cui partecipa attivamente l'Olanda. Partecipazione che risale al periodo di piena attività produttiva della regione tedesca in ambito di scambi commerciali. Il commercio produttivo diviene commercio culturale quindi, e tale partnership viene per questo individuata attraverso un font progettato all'uopo e un'identità che richiama e riproduce le targhe utilizzate dai mezzi di trasporto olandesi dell'epoca.

Il quarto caso affronta l'identità progettata dallo studio Lava per Clear Village.

Un'iniziativa internazionale che raggruppa competenze multidisciplinari per assicurare uno sviluppo cosciente e rispettoso del patrimonio paesaggistico dell'area del Mediterraneo. Lo studio Lava elabora un

2 Paddy Roy Bates [29 agosto 1921 - 9 Ottobre 2012] fu un pirata radiofonico inglese che nel 1966 si rifugiò su una piattaforma militare abbandonata vicino alle coste britanniche e la proclamò Principato di Sealand (http://it.wikipedia.org/wiki/Principato_di_Sealand).

3 Lo studio TGIF rappresenta uno dei principali studi di graphic design di Hong Kong (<http://www.tgif.com.hk/>).

4 Lava è uno studio di comunicazione olandese specializzato in identità dinamiche (<http://www.lava.nl>).

5 Sagmeister & Walsh è una importante agenzia di design di New York City (<http://www.sagmeisterwalsh.com>).

6 Thonik è uno studio olandese specializzato in comunicazione visiva, interaction design e motion design (<http://www.thonik.nl/>).

7 Satyanarayan Gangaram Pitroda, noto come Sam Pitroda [4 Maggio 1942] è un ingegnere indiano, dirigente d'azienda e consigliere del Primo Ministro dell'India per le infrastrutture e l'innovazione (http://en.wikipedia.org/wiki/Sam_Pitroda).



alfabeto simbolico rappresentante l'operato dell'istituzione e garantendone, al contempo, trasparenza e leggibilità.

Il quinto caso affronta l'identità progettata dallo studio Sagmeister & Walsh⁴ per Edp. Energia de Portugal è fra i maggiori produttori e distributori di energia elettrica in Europa. L'identità si basa sull'utilizzo di 4 forme geometriche fondamentali quali cerchio, semicerchio, quadrato e triangolo che, in funzione di differenti composizioni, creano figure complesse costituenti il mondo Edp, un mondo in cui viene proposta un'energia consapevole. Il linguaggio così creato intende sensibilizzare i fruitori ma soprattutto le nuove generazioni, cercando di renderci più consapevoli rispetto a consumi e ambiente. Il sesto ed ultimo caso affronta l'identità progettata dallo studio Thonik⁵ per la Municipalità di Amsterdam. Le oltre 50 aziende di servizi che operano nella gestione e manutenzione della municipalità, sono rappresentate dalle tre croci di Sant'Andrea riprese dallo stemma della città, alle tre croci viene affiancato di volta in volta un differente simbolo, rappresentante lo specifico ambito di applicazione.

Terminata questa veloce panoramica sull'identità dinamica e sulle sue possibili applicazioni in ambito comunitario, si passa alla lettura di un estratto da un'intervista a *Sam Pitroda*⁶ pubblicata nel numero del 26 marzo de L'Express. «Perché le megalopoli sono diventate l'unico modello di sviluppo? Con internet, abbiamo veramente bisogno di concentrare le amministrazioni governative in una sola e stessa città? Il nostro attuale modello urbano è fondato sul sistema americano, nel quale ogni mattina si prende l'automobile per andare a lavorare, con un tragitto sempre più lungo. Si costruiscono dei parchi tecnologici occupati dalle 9.00 alle 17.00, il resto del tempo strade, parcheggi, uffici restano vuoti. E' un non senso, con l'attuale costo della benzina. Domani, andremo al lavoro a piedi e non in macchina. Questo suppone di ridisegnare le città. Le nuove tecnologie permettono di considerare di creare dei posti di lavoro localmente. Questo

non vuol dire rinunciare alla globalizzazione. I chip elettronici continueranno probabilmente a percorrere migliaia di chilometri, ma perché i pomodori che mangiamo lo dovrebbero fare?»

La citazione iniziale di Zygmunt Bauman e questa seconda di Sam Pitroda, possono in un certo senso costituire punti di osservazione estremi e contrapposti, dall'annichilimento di una società standardizzata, alla proiezione utopistica di una realtà coadiuvata dalla tecnologia come risorsa sostenibile. Tali premesse costituiscono indubbiamente un importante e fondamentale punto di osservazione e un'utile base di riflessione sui temi trattati nel convegno *Abitare il futuro* nuove prospettive per uno sviluppo equo e sostenibile.

Si presentano quindi agli studenti cinque domande con l'intento di introdurre un confronto critico che consenta un approccio sicuramente non risolutivo ma quantomeno utile.

Cosa si intende per sviluppo equo e sostenibile?

Quali caratteristiche dovrebbe avere una realtà ideale?

Quali potrebbero essere i suoi principi identitari?

A quale target si dovrebbe rivolgere?

Che linguaggi dovrebbe parlare?

Nel sito della Enciclopedia Italiana Treccani la sostenibilità viene così descritta «Nelle scienze ambientali ed economiche, la condizione di uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri. Il concetto di sostenibilità è stato introdotto nel corso della prima conferenza ONU sull'ambiente nel 1972, anche se soltanto nel 1987, con la pubblicazione del cosiddetto rapporto Brundtland, venne definito con chiarezza l'obiettivo dello sviluppo sostenibile che, dopo la conferenza ONU su ambiente e sviluppo del 1992, è divenuto il nuovo paradigma dello sviluppo stesso. La sostenibilità, sotto il profilo dei contenuti ambientali, discende dallo studio dei sistemi ecologici, tra le cui caratteristiche assumono

Cosa si intende per sviluppo equo e sostenibile?

Sam Pitroda

8 Bruno Munari (Milano, 24 ottobre 1907 – Milano, 30 settembre 1998) è stato un artista e designer italiano.

rilevanza proprietà quali la capacità di carico, le possibilità di autoregolazione, la resilienza e la resistenza che, nel loro insieme, influiscono sulla stabilità dell'ecosistema. Un ecosistema in equilibrio è implicitamente sostenibile.»

Nel dibattito vengono quindi introdotti concetti quali responsabilità, educazione e sensibilizzazione come passaggi fondamentali di un percorso che mira al raggiungimento della responsabilità dell'individuo, nei confronti di sé e della società, come tappe necessarie al disimpegno dall'oppressione dei ritmi scanditi dagli obblighi comportamentali e dagli allineamenti ideologici imposti da un sistema compiuto, che non lascia spazio all'individualità. La comunicazione può quindi assumere un ruolo primario, può e deve diventare strumento indispensabile al raggiungimento e all'attuazione di uno sviluppo equo e sostenibile, al conseguimento di un equilibrio economico e sociale.

Ma come procedere? Bruno Munari⁷ insegna che la soluzione di un problema può essere individuata esclusivamente attraverso una progressiva comprensione del problema stesso ed una successiva scomposizione del contesto, che permetta di individuarne le varie sfaccettature in funzione di uno specifico obiettivo.

Si toccano molti temi di difficile lettura, comprensione e corretta collocazione contestuale, dalla distribuzione di generi alimentari al riciclo dei rifiuti, dalla produzione di energia alla convivenza tra differenti popolazioni, dall'inquinamento ambientale alla necessità di una diffusione del benessere. Ma quale deve essere il nostro ruolo, come possiamo influenzare attivamente la naturale evoluzione sociale?

Gli studenti dimostrano passione e coinvolgimento individuando con precisa lucidità quali siano le carenze della nostra società, comprendendo l'importanza dell'individuo inteso come cittadino, appartenente ad un tessuto sociale che diventa espressione di comportamenti singoli. Vi sono sostanziali differenze tra regioni virtuose e aree depresse, ma vi è anche un comune denominatore, condizionato da interessi finanziari trasversali che inibisce le intenzioni.

Ecco quindi che si affronta la necessità sentita di scardinare il meccanismo, di promuovere e sensibilizzare l'attenzione reciproca, ma come è possibile rendere tangibile questo sentore? Forse adattando e modificando il nostro individuale approccio, in funzione di una conoscenza che oggi ci è consentita, a fronte quindi di una sostenibilità che deve necessariamente essere compresa e garantita da noi tutti, per mezzo dell'applicazione di uno sviluppato e responsabile senso civico.

Bibliografia

van Nes, I. (2012), *Dynamic Identities, How to create a living brand*, Amsterdam, BIS Publishers.

Sitografia

<http://www.metahaven.net/>
<http://www.sealandgov.org/>
http://it.wikipedia.org/wiki/Principato_di_Sealand
<http://www.tgif.com.hk/nampak.html>
<http://www.cache.org.hk/en/>
<http://www.lava.nl/projects/view/189/NL-Ruhr/english/>
<http://www.lava.nl/projects/view/52/Clear-Village/english/>
<http://www.clear-village.org/>
<http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/edp/>
<http://www.edp.pt/en/Pages/homepage.aspx>
<http://www.thonik.nl/>
<http://www.amsterdam.nl/>
http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/sam-pitroda-les-meilleures-cerveaux-ne-travaillent-pas-a-resoudre-les-problemes-des-pauvres_1503439.html
<http://www.treccani.it/enciclopedia/sostenibilita/>



L'ALLEANZA TRA RETI DIGITALI E COMUNITÀ PER UN'ECONOMIA DELL'UOMO

a cura di Giovanni Vannini e Gloria De Lazzari (IUSVE)

Piattaforme di
crowdfunding

Hacker

Vera partecipazione

Quando si parla di reti digitali il primo pensiero va solitamente ai classici social network, i più noti, a partire da *Facebook* e *Twitter*. I social media sono siti internet dove le persone interagiscono liberamente, condividendo la loro vita con un mix di parole, immagini, video e audio. In questi spazi digitali gli individui e i gruppi creano e scambiano contenuti, interagiscono e sono coinvolti in conversazioni di varia natura. Appaiono in forma di blog, social network, *wiki*, mondi virtuali, *social bookmarking*, comunità di scrittori, *digital storytelling*, portali per *podcast* e web radio e altro. Si tratta di un'intelligenza collettiva sempre viva, di cui non si possono nascondere rischi e pericoli: rischi di esporre la propria vita a un pubblico potenzialmente mondiale e pericoli legati all'uso che qualcuno da qualche parte potrebbe fare con quanto pubblicato spontaneamente. Eppure Facebook, Twitter e tutti gli altri social media non esauriscono il quadro delle possibilità di un uso partecipato della rete. Esistono forme e reti che escludono rischi e pericoli e aprono alla costruzione condivisa, alla partecipazione, alle relazioni e al benessere di coloro che le adottano e ne usano le funzioni. Nate anche grazie ai social media, esse sono piattaforme che davvero possono definirsi 'partecipative' in senso profondo, il cui obiettivo è davvero *social* e non può che essere positivo, per la loro propria natura. Sono le *piattaforme di*

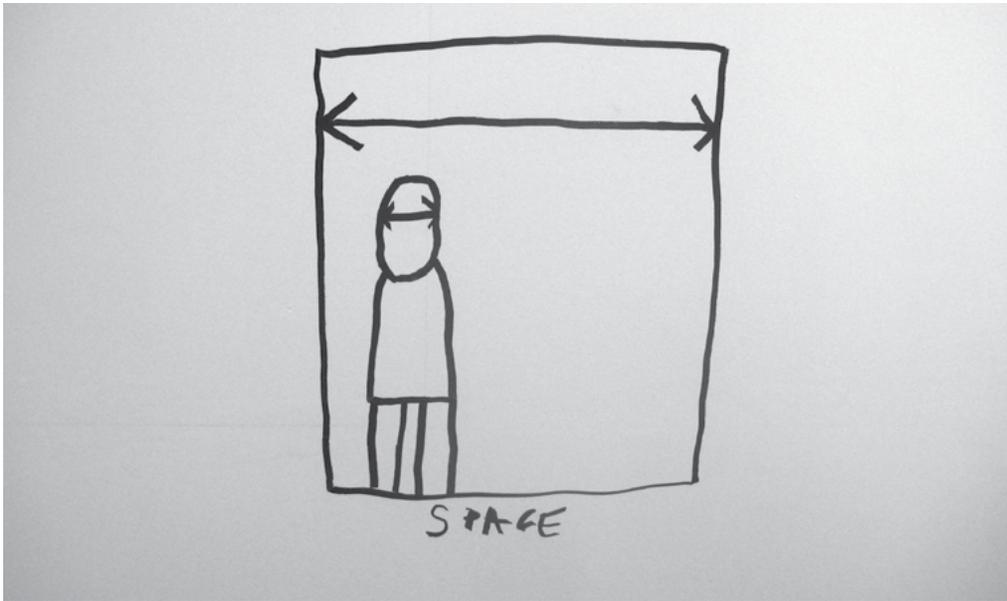
crowdfunding, che ci introducono nell'epoca della fruttuosa alleanza tra reti digitali e comunità.

Comunità oltre la società

Una riflessione va fatta sul termine 'comunità': il suo utilizzo in questo contesto non è un aspetto di secondaria importanza, data l'esistenza di sinonimi come 'società' che assume un significato generale di 'gruppo di persone'. Il termine 'comunità' a ciò aggiunge l'idea che il collante che mantiene uniti i membri, sia la messa in comune di qualcosa. Nelle piattaforme digitali la società diventa comunità, cioè unione di uomini che non sono più individui isolati, ma che diventano, nell'aiutare l'altro, persone al servizio di altre persone. Un fondamento illuminante e in aperto contrasto con l'accezione comune del termine è quello di *hacker*, come definito da Pekka Himanen¹. Il principio etico degli *hacker*, secondo il quale la loro attività deve essere motivata non dal denaro ma soprattutto dal desiderio di creare qualcosa che la comunità dei pari ritenga di valore, è un'attitudine che il *crowdfunding* fa propria, rendendola disponibile a tutti. Gli *hacker* sono contagiosi, fortunatamente. Intesi come un 'gruppo di persone che programmano con entusiasmo [e che ritengono che] la condivisione delle informazioni sia un bene

¹ Pekka Himanen è un giovane filosofo e scrittore finlandese, studioso anche di informatica.

² Himanen, P. (2003), *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Milano, Feltrinelli.



positivo di formidabile efficacia², potrebbero essere considerati come il nucleo di un fenomeno mondiale che va assolutamente oltre la ristretta cerchia dei programmatori, ispirando i comportamenti di imprenditori, giornalisti, creativi, medici, artisti e di ogni altra persona. L'etica *hacker* si propone di superare l'etica protestante e l'etica del lavoro dominanti; il *crowdfunding* ci lascia sperare che si sia sulla buona strada.

Microcredito è speranza

Oltre a social media ed etica *hacker*, il microcredito è un altro dei cardini su cui poggia e si sviluppa il concetto di *crowdfunding* in un senso più ampio e appropriato di quanto si intenda oggi con questo termine. Promosso dal bengalese Muhammad Yunus, che ha creato nel 1983 la Grameen Bank³, il microcredito ha portato speranza di futuro tra i poveri. L'avventura del fondatore, Yunus, inizia tra i villaggi del Bangladesh con prestiti di piccole somme alle comunità locali al fine di promuovere l'imprenditoria tra coloro che inevitabilmente non sarebbero riusciti a realizzare la propria attività. Un importante risultato di cui tener conto è stata la comparsa di casi di

emancipazione femminile: si tratta di donne che hanno potuto creare in prima persona e per la prima volta nella loro vita un'attività di tipo profit, che le liberasse dal circolo vizioso della schiavitù economica nei confronti dei fornitori di materie prime, a cui esse dovevano restituire i prodotti finiti in cambio di nuove risorse grezze da lavorare. Con il microcredito *si originano circoli virtuosi* in cui la persona riesce a costruire il proprio futuro, tramite quanto produce. Il prestito viene poi restituito con un tasso di interesse che varia a seconda della finalità per cui è nato. Per accedervi non è necessaria alcuna garanzia economica, ma il tutto si basa su promesse personali.

La Grameen Bank oggi amplia il medesimo concetto su scala mondiale, con più di 1000 filiali in oltre 100 Paesi. Ciò ha portato nel 2006 al conferimento del premio Nobel per la pace a Muhammad Yunus, definito il 'banchiere dei poveri'⁴.

In un panorama economico dominato a livello globale - e sempre più locale - dal c.d. capitalismo finanziario che si muove come uno 'sciame speculativo', mosso dall'unico criterio di massimizzare il rendimento degli investimenti con ogni leva e ogni mezzo possibili, il microcredito resta un punto di riferimento. Riesce infatti a mantenere intatto il valore e il senso della moneta, fluido vitale

*Si originano circoli
virtuosi*

3 Nadotti, C., *Grameen Bank e microcredito: un'idea semplice e rivoluzionaria*, in <http://www.repubblica.it> (16.04.2014).



dell'economia se questa è centrata sull'uomo, se l'uomo ne è mezzo e fine; lo 'sciame speculativo' al contrario rende la moneta un mezzo e anche un fine, considerando tutto e tutti uno strumento o 'risorsa' e - di fatto - espropriando alla moneta la sua funzione economica.

La Wir e la funzione anticiclica

Un altro cardine del *crowdfunding* è la moneta complementare. In Svizzera, patria di banche e banchieri, c'è da un po' la Wir Bank⁵ che lavora con il *Wir, una moneta complementare* che circola in modo parallelo a quella ufficiale. Nel 1934 un gruppo di sedici imprenditori di Zurigo⁶, in tempi di crisi non dissimili da quelli odierni, introdusse il Wir per salvare le proprie aziende. In pratica, inventarono e si impegnarono reciprocamente a utilizzare questa speciale 'moneta' per gli scambi tra loro. Furono gli iniziatori di un modello che oggi coinvolge circa sessantamila imprese, tutte svizzere, con effetti anticiclici e ricadute positive sul territorio, in termini di distribuzione della ricchezza su dimensione locale e migliore circolazione di beni e servizi. Funziona in modo semplice ed è parametro di alcuni esperimenti in rete. Le imprese, in gran parte piccole e medie, scelgono di effettuare gli scambi convenendo che una quota del pagamento venga effettuata in Wir. È così che un autoriparatore, che si fa pagare da un'azienda con una flotta di furgoni in parte in Wir in parte in franchi svizzeri, poi utilizza i Wir per acquistare abiti da lavoro e, a sua volta, la società che glieli vende, incassa Wir e li usa per farsi pubblicità in radio, la quale incassa e li usa per acquistare nuove sedie, e così via. Il tutto anche in fiere dedicate, dove tutti gli aderenti al sistema si incontrano e fanno scambi di ogni tipo. Tecnicamente, dal punto di vista dell'economia reale, ci sono dei

vincoli, ma due vantaggi sono incontestabili: il Wir fa circolare ricchezza in una certa comunità territoriale e connette, fluidifica e favorisce gli scambi. In buona sostanza, agevola la moneta a fare funzione di moneta: interconnettere e agevolare il commercio. Oltre a comprare o vendere in Wir, si può chiedere un prestito ipotecario alla banca, a un tasso fisso dell'1%. Si tratta di una moneta non cartacea, esistente a livello di carta di credito, di assegni, di Internet Banking.

Tra baratto, banca del tempo e reti digitali: Aiutamundi

Un'ulteriore ricchezza che confluisce nel concetto di *crowdfunding* sta nella rivisitazione in chiave innovativa dei concetti di *baratto e banca del tempo*. È il caso di *Aiutamundi*⁷, che si propone di consentire a famiglie, associazioni, professionisti, artigiani e imprese di superare i vincoli di mancanza di liquidità circolante, connettendo tramite la rete la domanda con l'offerta, in un circuito commerciale locale virtuoso. Adottato da oltre quattrocento partecipanti tra imprese e privati, funziona in modo semplice. Un architetto, che ha bisogno di una traduzione dall'italiano al russo, incontra il traduttore registrato alla rete e i due concordano un prezzo: si supponga 250 euro. Non c'è passaggio di denaro, ma entrambi comunicano ad *Aiutamundi* il valore pattuito per la transazione, che si trasforma in un debito per l'architetto e in un credito per il traduttore. Il traduttore potrà usare il credito per acquistare altri beni e servizi nel circuito, mentre il debitore ha tempo dodici mesi per ripagare il suo debito con i suoi prodotti o con il suo lavoro.

Se non riesce entro dodici mesi, allora è chiamato a restituire la parte rimanente del suo debito in denaro.

Wir, una moneta complementare

Baratto e banca del tempo

4 Nadotti, C., *Il Nobel per la pace a Yunus: ha inventato il microcredito*, in <http://www.repubblica.it> (16.04.2014).

5 <http://wirbank.ch> (16.04.2014).

6 Puntata di *Report* del 30/05/2010, *Wir bank*, in <http://www.report.rai.it> (16.04.2014).

7 Presentazione e lancio del progetto AIUTAMUNDI, in <http://www.goel.coop/> (16.04.2014).

Credi in un progetto? Crowdfunding!

Microcredito, moneta complementare intesa nel senso più ampio o se si preferisce 'laterale' del concetto (anche la fiducia e l'attenzione sono una forma di 'moneta complementare') e comunità di territorio o d'interesse, sono i tre cardini che danno vita al fenomeno *glocal e many to one* del *crowdfunding*. Il *crowdfunding* è l'impegno collettivo di più persone che creano una rete e uniscono le risorse per supportare progetti avviati da altre persone e organizzazioni. Progetti, micro-donazioni, persone: sono gli elementi che si incontrano sulle piattaforme presenti online in un buon numero, tra cui spiccano per notorietà tra le altre *kickstarter.com* o *indiegogo.com*. In Italia, per citarne alcune, si possono menzionare tra le altre *starsup.it* e *unicaseed.it*, *shinynote.com*, *retedeldono.it*, *eppela.com*, *smartika.it* e subito si può constatare quale sia la varietà dei casi che si presentano. Ma cosa fare per presentare un *progetto di crowdfunding*? Il primo passo è raccontare il progetto: obiettivi, propositori, destinatari, attività realizzate e da realizzare con i fondi che si chiedono, specifiche di come verranno usati i fondi ottenuti. Utile è poi la creazione di materiali adatti a comunicare, emozionare, coinvolgere, spingere alla donazione e alla condivisione del progetto e dei suoi fini, per cui foto, video, dati, informazioni e ricompense (dove il modello lo preveda): in poche parole diventa necessario 'metterci la faccia'.

Il finanziamento tramite *crowdfunding* può consistere anche in pochi euro che però, moltiplicati per tutti i finanziatori, diventano una cifra considerevole tanto da arrivare a coprire le spese di progetti anche importanti, come per esempio (classico) la produzione di un film. Per comprendere nel dettaglio tale fenomeno, bisogna identificarne quattro modelli: quello *equity based*, *donation based*, *reward based*, *lending based*.

Il modello *equity based* prevede che chi finanzia un progetto ne diventi proprietario pro-quota ovvero azionista. È un modello che incorpora il rischio imprenditoriale per chi investe ed è normalmente scelto dalle *start up* innovative.

Il modello *donation based* sollecita il pubblico

a sostenere economicamente un progetto per il puro fine di vederlo realizzato. In generale, si fa leva su motivazioni ideali, valoriali e anche di prossimità: un istituto formativo potrebbe attivare una campagna di *crowdfunding* di questo tipo per ristrutturare uno spazio e la comunità potrebbe voler aderire per il beneficio futuro di vedere realizzate determinate attività a favore di persone svantaggiate.

Il modello *reward based* prevede che chi propone un progetto studi una serie di premi, ricompense, servizi e riconoscimenti legati al prodotto o servizio che sarà sviluppato, se la campagna di raccolta avrà successo. Il campionario di riconoscimenti che chi raccoglie i fondi promette a chi contribuisce, è il più vario e va dall'email di ringraziamento per i 'classici' cinque euro alla spedizione di una versione personalizzata del prodotto finanziato, con dedica stampata sulla prima tiratura o produzione.

Il modello *lending based* è fondato sul prestito: chi raccoglie i fondi s'impegna a restituirli garantendo di riconoscere un certo tasso d'interesse e rispettare determinati tempi di rientro. Anche in questo caso, come per l'*equity based*, la società che gestisce la piattaforma deve avere avuto il via libera in Italia nel rispetto di leggi e regolamenti di organismi come la Banca d'Italia, trattandosi in qualche modo di sollecitazione del pubblico risparmio.

Prima di scegliere il modello, si deve sapere che vi sono tre tipi di approccio da parte delle piattaforme alla raccolta fondi: *keep it all*, *all or nothing*, e *fundraising*. Il primo, *keep it all*, indica che la piattaforma di *crowdfunding* versa al promotore di una raccolta fondi tutti i soldi raccolti nel periodo di tempo di campagna, anche se non è stato raggiunto il livello obiettivo indicato dal promotore stesso. Diverso l'approccio *all or nothing*: partendo dall'assunto che se un promotore di campagna richiede una certa quantità di denaro allora significa che senza quel livello minimo di fondi il progetto non sia in grado di partire, nel momento in cui allo scadere del tempo i fondi raccolti siano inferiori a quanto richiesto, essi sono restituiti ai contributori e il progetto non viene finanziato. Il modello *fundraising* è più classico e si attiva senza indicazioni né di un arco di tempo di campagna né di un

Progetto di
crowdfunding



Economia dell'uomo

livello minimo di fondi da raccogliere: tutti i contributi raccolti andranno a sostenere la campagna o il progetto proposto.

I numeri del *crowdfunding* cominciano a farsi interessanti: *kickstarter.com* ha superato nel marzo 2014 il miliardo di dollari di impegni presi da oltre 5,7 milioni di persone che hanno deciso di finanziare progetti creativi. In più, non sono solo i numeri significativi a dare il senso della diffusione e crescita del fenomeno, ma anche la varietà di piattaforme, tra cui, per menzionarne alcune, si possono ricordare *symbid.com*, *kiva.org*, *innocentive.com*, *schoolraising.it*.

Il *crowdfunding* cresce perché vi sono dei valori che lo rendono promotore di fatto di un'economia dell'uomo: vitale, trasparente, aperta, generativa di attività imprenditoriali, commerciali, creative, educative, sociali, culturali con un reale beneficio a reali persone. Tra i vantaggi e valori del *crowdfunding*, alla portata di tutti, vi sono infatti costi e tempi di raccolta abbattuti, trasparenza, assenza di circolazione di contanti, creazione di database di sostenitori o donatori, superamento dei vincoli del locale o di ciò che sarebbe altrimenti solo a portata della rete di territorio, commenti e partecipazione allargata che contribuiscono a perfezionare l'idea progettuale rendendola migliore.

A fondamento di tutto ciò, si pone la nascita e l'uso dei social media o 'media partecipativi', che non possono essere letti con la leggerezza che si associa a *Facebook* e *Twitter*. Anche questi possono essere attivatori di un circolo virtuoso di informazioni, facendosi utili veicoli di sensibilizzazione, connessione, scambio, partecipazione, ogni volta che i loro membri agiscono nel rispetto della persona. Le piattaforme di cui abbiamo parlato sono invece, senza ombra di dubbio, attivatori di un'economia positiva, sostenibile, di comunità e di territorio, che sfrutta la potenza delle reti digitali per connettere, informare, condividere, generare incontri e realizzare progetti che, altrimenti, non sarebbero mai stati realizzati.

Bibliografia

Himanen, P. (2003), *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Milano, Feltrinelli.

Sitografia

Nadotti C., *Grameen Bank e microcredito: un'idea semplice e rivoluzionaria*, in <http://www.repubblica.it>.

Nadotti C., *Il Nobel per la pace a Yunus: ha inventato il microcredito*, in <http://www.repubblica.it>.

Presentazione e lancio del progetto AIUTAMUNDI, in <http://www.goel.coop/>

Video

Puntata di Report del 30/05/2010, *Wir bank*, in <http://www.report.rai.it>.

I LINGUAGGI COMUNICATIVI DEI MERCATI INTERNAZIONALI: L'ALTRO GEOGRAFICO

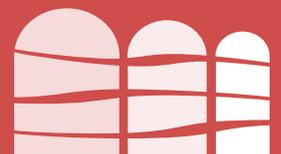
a cura di Paolo Schianchi (IUSVE)

Quando si deve entrare in contatto con persone di altre culture la comunicazione non è scontata. Si pensa che l'uso di una lingua internazionale possa aiutare nelle relazioni, ma quelle, come vedremo sono solo parole, in quanto i significati delle stesse sono soggetti alle diverse esperienze socio culturali. E non solo. Gli stessi linguaggi visivi e gestuali si diversificano di punto geografico in punto geografico, assumendo altrettanti significati dissimili. Si potrebbe quindi affermare che in quest'epoca in cui tutti si è convinti di essere in contatto e capiti, è la stessa in cui è più facile non farsi comprendere. Per un comunicatore questa situazione generale è una sfida, in quanto il suo lavoro è incentrato appunto nell'essere compreso dal maggior numero di persone possibili.

L'altro geografico¹

Lavorando per grandi insiemi comunicativi potremmo asserire che nel tentativo di interagire con un altro geografico si può scegliere fra due livelli di complessità: realizzare una frase semplice e comprensibile a livello globale (soggetto, verbo, complemento, punto); oppure cercare di dare maggiore specificità alle nostre interrelazioni utilizzando elementi visivi e gestuali al posto del testo. In questa dicotomia bisogna però considerare le variabili che distinguono spazialmente e culturalmente l'altro geografico da noi. Inoltre se a questa premessa aggiungiamo la presa di coscienza che nella nostra epoca la comunicazione non avviene più attraverso le parole ma per immagini², vediamo quanto

- 1 Per l'altro geografico si intende qualsiasi persona che si trovi in una condizione socio culturale differente da chi comunica. In questo caso quindi non si tratta solo di spazio fisico-geografico, ma anche di quello relazionale e comprensivo. La cultura visiva a cui sono assoggettate anche persone che parlano la stessa lingua, non è scontato che sia uguale e con lo stesso significato rispetto a ogni singolo soggetto dello stesso gruppo linguistico. Ad esempio le fotografie dei gattini che spopolano sui per una fascia di utenti saranno portatrici di buoni sentimenti, per altri di scherno e derisione e per altri ancora inutile. Eppure hanno una forza comunicativa interessante se le si guarda senza pregiudizi, in quanto pur rimanendo la stessa immagine potrà essere utilizzata per lanciare messaggi a tutte e tre i gruppi. Essa esprimerà tenerezza per i primi, divertimento per i secondi e cattivo gusto per i terzi. Le parole insite in queste immagini sono quindi tenerezza, divertimento e cattivo gusto; e non sono sinonimi l'una dell'altra. A questo punto diventa ancora più complessa l'analisi quando ci si accosta a persone con lingua diversa, perché si complica l'interpretazione che potrà avere la stessa immagine dei gattini.
- 2 In un'epoca come la nostra in cui l'immagine ha preso il sopravvento sulla parola è all'interno di queste che vanno cercati i significati e i contenuti che vengono comunicati e trasmessi alle generazioni future. In questa accezione immagine quindi non è intesa nel senso di apparenza, ma di essenza delle cose. Si può far riferimento al testo di Hans Belting dove afferma: «Se consideriamo seriamente, quindi, il concetto di immagine può essere soltanto un concetto antropologico. Viviamo con le immagini e comprendiamo il mondo attraverso esse». Belting, H. (2009), trad. di Salvatore Incardona, 2^a Ed., Roma, Carocci Editore, p. 20. Altro riferimento alle immagini come elementi che oggi superano le parole lo si trova nel testo di Maurizio Vitta, dove l'autore afferma: «Lo sguardo afferra ciò che la parola sfiora: offendendosi alla pura percezione, le cose si dischiudono lasciando per un attimo intravedere il loro significato nascosto. La vista torna a essere il senso guida, che apre la strada al pensiero e l'organizza.» Vitta, M. (2012), Torino, Einaudi, p. 172.



Sovrapposizione di significati

diventi importante per un creativo della comunicazione la conoscenza di un lessico condiviso. Lo scopo quindi in questo mestiere è quello di inviare messaggi comprensibili all'altro geografico, senza fraintendimenti. Ne discende che la comunicazione deve essere aderente tanto alla cultura quanto al livello sociale di chi ascolta, l'altro geografico, e filtrata attraverso la cultura e la conoscenza di chi lancia il messaggio, il creativo della comunicazione.

In tale nuovo di linguaggi visivi e verbali non è quindi scontato che un codice sia compreso in ogni contesto geografico. Ad esempio nel quartiere di Shibuya a Tokyo si possono incontrare intrepidi avventori delle sub culture giovanili. Le stesse immagini che sono proposte da quel luogo quindi passano messaggi agli occidentali che non sono percepiti come cambiamenti culturali della nuova generazione di giapponesi, ma quali mode da imitare, senza averne spesso compreso il substrato culturale legato al bisogno di identità e individualità, tipici dei giovani abitanti dell'isola nipponica. Un proveniente da Shibuya è così solo la superficie di quanto avviene culturalmente e socialmente fra i giovani a Tokyo. Eppure lo si imita e interpreta liberamente. Tutto questo dal punto di vista dell'immagine, mentre se si guarda alle parole che accompagnano istintivamente la stessa immagine si trova: moda, folklore, innovazione, trend, stranezza, imbarazzo, curiosità, eccentricità, ecc. Tutti vocaboli fra loro distanti e non sinonimi.

Emozioni immaginarie

Quindi diventa importante, per chi si occupa di comunicazione, comprendere quale scegliere fra tutti e soprattutto quale utilizzare per dare significato all'immagine in funzione dell'altro geografico a cui dovrà comunicare quel quartiere di Tokyo, chi lo frequenta e tutti i brand che vi sono presenti. Alla luce di questa riflessione quindi non esiste una definizione corretta e una sbagliata quando si accosta una parola a un'immagine, ma una più idonea e una meno idonea

in relazione dell'altro geografico a cui si vuol far passare l'informazione, che sia essa di moda, antropologia, di cambiamenti sociali, comicità o altro. Una *sovrapposizione di significati* immersi in una stessa immagine in cui confluiscono rappresentazioni e vocaboli fra loro dissimili. Una complessità che porta alla luce un altro aspetto della comunicazione fondamentale quando si deve interagire con l'altro geografico: la verità.

Verità e bugia

Per conoscere la verità si deve partire dal suo opposto la bugia³. Con un gioco di parole si potrebbe quindi asserire che un comunicatore creativo, per essere compreso, debba essere volontariamente bugiardo. Infatti egli deve riuscire a comprendere il mondo dell'altro geografico, cogliendone la verità e costruirvi sopra una bugia efficace e credibile. Quest'ultima, a sua volta, deve essere in grado di portare a un cambiamento attraverso un racconto visivo o verbale. La verità così prende strade nuove, possibili e inaspettate, quando ci si accosta al mondo della comunicazione, poiché è il creativo a scegliere quale raccontare e come divulgarla, mentre a chi guarda resta solo la possibilità di credere, facendosi influenzare dalla bugia che gli piace di più.

In questo contesto potremmo anche affermare che un comunicatore, capace di apprendere il linguaggio dell'altro geografico, possa inventare ricordi per scatenare la felicità di aver vissuto *emozioni immaginarie*. Allora la comunicazione che viaggia verso l'altro geografico diventa ancor di più una bugia credibile, ma con l'accortezza da parte del creativo di non farne mai passare una poco attinente alla verità stessa. Si pensi ad esempio a quanto sia utilizzato questo espediente dalle agenzie di viaggi o di promozione turistica. In

³ In merito al concetto di verità e bugia nella comunicazione si rimanda al testo di Paolo Schianchi, dove si afferma che: «L'immagine è complessa nel suo essere progettazione all'interno dello spazio che viviamo, reale o virtuale che sia. Tale percorso avviene attraverso tre livelli: l'immagine icona figlia dell'immagine mito, resa visibile dalla messa in scena, che è il risultato dell'immagine sincretica. Aspetti che danno corpo alla realtà delle cose attraverso la finzione: l'oggetto che consumiamo e chiamiamo immagine. Si potrebbe anche asserire, dopo aver indagato l'immagine in grado di costruire la realtà, che la verità è soltanto la bugia che ci piace di più.» Schianchi, P. (2013), Padova, Libreria Universitaria, p.66.

questo caso comunicativo i creativi mostrano una porzione o astrazione della verità, ovvero una bugia, poiché di un luogo geografico mettono in evidenza l'immagine conosciuta, famigliare o che ci si aspetta, trasformando la stessa località in un brand. Se andiamo ad analizzare quanto accade si potrà notare, ad esempio, che Mosca oggi è una città dal consumismo sfrenato, ma chi la visita continua a cercare le scritte CCCP, le bandiere rosse o le tracce del comunismo, eppure di fronte al mausoleo di Lenin sulla Piazza Rossa c'è uno storico centro commerciale a cinque stelle, costantemente non inquadrato dalle foto di quello stesso spazio urbano.⁴ Oppure a quante emozioni derivino dalle fiction televisive dedicate a personaggi e luoghi che esistono solo in un copione, ma cercati e vissuti nei viaggi come se fossero autentici, ne sono esempio la Cabot Cove di Jessica Fletcher o la Parigi di Amelie. Ecco allora la verità che vediamo e percepiamo, infatti la Piazza Rossa e il mausoleo di Lenin esistono, come esistono Cabot Cove e Parigi, ma quella che passa non è una verità completa, bensì una verità spogliata della sua autenticità, ovvero una bugia comunicativa che crea emozioni e ricordi per un ipotetico viaggiatore.

In questa comunicazione all'altro geografico attraverso una bugia è però importante per il creativo scegliere eticamente come trattare la verità, decidendo se la menzogna che presenterà sarà *eticamente ed esteticamente rilevante*. Egli potrà così indirizzare la comunicazione verso una riqualificazione del logo e della società, oppure scegliere di banalizzarne la bellezza, portando a una dequalificazione di quel luogo stesso. Non ha importanza quindi con quale mezzo si costruiscano le bugie comunicative, ma è importante che le stesse siano inserite in un contesto socio culturale etico, corretto e non invasivo dell'altro geografico. Ogni comunicatore ha così la possibilità e il dovere

di porsi in una prospettiva etica, poiché può incanalare, in una o nell'altra direzione, la divulgazione attraverso le immagini e le parole che utilizza. Questa deve essere però un'operazione culturale, perché la bugia, che viene percepita come verità, deve possedere al suo interno un'avvertenza in grado di riportare l'osservatore a una criticità di lettura, comprendendo, a sua volta, che si tratta solo di una delle sue possibili manifestazioni.

Esiste anche una bugia legata ai gesti, in quanto non tutti hanno una radice comune e non sempre hanno lo stesso significato per ogni altro geografico. Ad esempio la mano chiusa con solo pollice, indice e mignolo alzati spesso associata ai gruppi come messaggio di appartenenza trasgressiva, in realtà deriva dalla cultura con il significato di , quindi di amore universale. In questo caso lo stesso segno gestuale ha due parole che lo identificano in contrapposizione: trasgressione e amore. Il suo uso quindi, all'interno del quadro di un altro geografico, deve essere contestualizzato per essere compreso e definito.

L'importanza dei gesti però è ormai dato consolidato e appreso da parte dei comunicatori, tanto quanto la loro universalità linguistica in grado di creare, attraverso una bugia, nuovi linguaggi internazionali. Si pensi all'uso del che compie funzioni in risposta a un gesto, come allargare o stringere pollice e indice per ingrandire o diminuire le dimensioni delle immagini fotografiche, oppure far scivolare l'indice verso destra o sinistra per sfogliare. In verità si compie un gesto che deriva dalla cultura mediterranea non verbale, ma lo si percepisce ormai come invenzione americana e di divulgazione internazionale. In questo caso quindi la bugia, data dal muovere le dita come un apprendista stregone per ottenere delle funzioni, è costruita positivamente e con fini etici, in quanto mette ogni altro geografico in condizione di comunicare con un uno stesso oggetto e nel medesimo modo. Potremmo quindi concludere affermando che non interessa nel sistema comunicazione tanto divulgare la

Esteticamente ed eticamente rilevante

⁴ Si tratta del centro commerciale Gum, presente sulla Piazza Rossa dal 1893 per volere dello Zar, ristrutturato nel 1953 dal governo Sovietico e dal 1990, con il crollo dell'Unione Sovietica, un edificio commerciale ambito dai grandi marchi della moda internazionale, data la sua posizione strategica. Pur avendo rilevanza architettonica ed essendo uno fra gli edifici più visitati di Mosca, difficilmente appare nelle immagini della Piazza Rossa su cui si affaccia. Si possono confrontare: [http://it.wikipedia.org/wiki/GUM_\(centro_commerciale\)](http://it.wikipedia.org/wiki/GUM_(centro_commerciale)) e <http://www.welt.de/politik/ausland/article120867711/Wie-ein-Kaufhaus-den-sowjetischen-Kitsch-kultiviert.html>



Messaggio più complesso

storia del gesto o del luogo, ma la sua natura e cosa porti in sé, ovvero la sua parte mitologica e atemporale.

La comunicazione con l'altro geografico

Ripartiamo da chi è l'altro geografico da me. Si tratta di una persona appartenente a un gruppo culturale e sociale che non si sovrappone mai, in modo perfetto, alla mia identità. Esiste quindi sempre la necessità di tradurre un messaggio comunicativo in relazione alla sua percezione della realtà, poiché se imponessi la mia non sarei in grado di farmi comprendere. In fondo l'altro geografico che è in me, apprezza ascoltare una bugia come verità espressa nella lingua, verbale o per immagini, che comprende. Essendo anch'io quindi un altro geografico devo determinare anche la mia identità geografica, al fine di capire dove sono e chi sono.⁵ In questo modo posso relazionarmi con l'altro da me, facendomi comprendere, poiché depurato di quanto non si sovrappone con lui. Esistono così delle componenti comunicative che appartengono a tutti e sulle quali possiamo agire per comunicare, siano esse segni, gesti, immagini o parole.

Ora si può esprimere che oggi ci si trova in un contesto storico e sociale, tale da essere tutti continuamente un altro geografico, ma con un codice comunicativo comune. Questa affermazione implica quindi che si possa realizzare, tutti e in ogni luogo, un'istantanea di questo momento storico, tenendo presente che in un tempo futuro tutto questo si frazionerà, tanto quanto muterà la nostra identità di altro geografico. Infatti ci si sposta continuamente e socialmente, in particolare nella nostra epoca in cui si è tutti connessi al web. Si dovrà così essere coerenti con questo tempo della comunicazione e cercare di farlo dilatare il più possibile, perché si è consapevoli di una sua fine o spostamento verso un altro presente da condividere e informare. Comunicare è in questo senso anche prevedere che l'altro geografico muti e con lui il suo linguaggio, perciò quanto gli si è passato sotto forma di messaggio, potrà perdere il suo valore intrinseco, assumendone un altro. Va

quindi messo in conto, quando si comunica con un altro geografico, che *il messaggio* potrà tornare a noi *più complesso* o difficilmente comprensibile, come un boomerang della comunicazione.⁶

Si pensi ad esempio ai messaggi del sistema moda che sono arrivati dall'occidente nel Sud-est asiatico, i quali negli primi anni di colonizzazione comunicativa hanno portato una cultura ricca di modelle russe o afroamericane, con un'idea di bellezza fisica decodificata in occidente. Eppure oggi se si guardano le comunicazioni dei brand internazionali presenti su quel territorio le modelle sono per lo più asiatiche, portatrici di un'estetica di bellezza orientale che torna a noi occidentali, modificando anche il nostro concetto di gusto. I brand e gli abiti non cambiano come non cambiano i codici comunicativi comuni, ma la bellezza e il di chi deve indossarli, per far sognare una verità che piaccia, ha gli occhi a mandorla, gli zigomi sporgenti, la bocca a cuore, il corpo esile e lunghi capelli neri raccolti in acconciature magistralmente costruite.

Questo dimostra che l'elemento di cambiamento quando si comunica con l'altro geografico è sempre in agguato e può mutare pure la stessa percezione, e con essa il gusto del comunicatore. Elemento che il creativo deve capire per ricominciare il proprio lavoro dalla mutazione, apprendendo proprio dai flussi di cambiamento comunicativo che si intrecciano con quelli del gusto, in particolar modo quando le distanze si allungano. Potrà esserne una prova l'esperienza che i comunicatori dovranno affrontare il prossimo anno con Expo 2015, un luogo che conterrà tutti i luoghi, uno spazio condiviso da ogni altro geografico in cui far passare dei messaggi. Sarà una sfida sulle verità o le bugie che si voglia, in quanto avrà risonanza, quella che sarà ritenuta la più credibile a livello internazionale

Storia, etica della bugia e sostenibilità

La storia non è il presente per chi comunica ed è quindi necessario che ponga la sua attenzione sull'oggi, senza essere nostalgico.

Un creativo della comunicazione deve necessariamente essere consapevole che la comprensione della storia sia limitata, in quanto si può avere solo una visione, un'immagine o un'iconografia di quello che rappresenta in questo momento. Egli può così tradurre il passato per i suoi contemporanei attraverso segni o parole che provengono da una cultura storica, aggiornandoli all'oggi. Infatti i segni non cambiano, ma mutano i significati quando si entra nella zona dell'altro geografico in relazione alla storia. Per fare un esempio se guardiamo con attenzione ponendoci in due posizioni diverse, quella dello storico e quella del creativo comunicatore, i principi del Bauhaus che vediamo e percepiamo oggi non sono quelli del Bauhaus degli anni Venti del Novecento, in quanto possiamo solo percepire la rappresentazione del Bauhaus che esiste oggi. In entrambi i casi, quello dello storico come quello del creativo, i principi vengono riletti e decodificati. Nel primo caso per creare una cronologia sempre più attinente a una realtà che non esiste più, nell'altro attraverso i suoi segni, che però hanno cambiato con la società e l'evoluzione culturale il loro significato comunicativo facendoli rivivere sotto altre forme. Entrambi rimandano alla cultura del Bauhaus, ma ne restituiscono una visione non attinente alla verità, perché filtrata da quasi cento anni di cambiamenti culturali, sociali e geografici. Oggi i comunicatori leggono quell'esperienza attraverso ciò che vogliamo che essa sia stata e possa diventare per i contemporanei. Si è generato così un mito culturale a cui fare riferimento e da cui estrapolare giustificazioni comunicative, attingendo idee e segni per renderli coerenti con la nuova cultura. Ma in fondo anche questa operazione se la guardiamo in confronto a quanto accaduto a Weimar dal 1919 al 1925 è una bugia che racconta una verità. Però in questo caso non si tratta di una menzogna ingannevole, ma di una visione filtrata della realtà che permette di proseguire nella creatività dei comunicatori, generando altri flussi culturali attraverso un altro geografico rispetto ai maestri Walter Gropius o Bruno Taut.

In questa etica della bugia che fa della storia un mito da cui trarre segni e parole per raccontare

la realtà in cui si vive, passando messaggi a un altro geografico, la capacità che deve avere un creativo è quella di *comunicare quanto l'altro vuole ascoltare* e non di esprimere quanto l'altro provi. Una differenza sostanziale che eticamente deve essere al di fuori dell'identità e del desiderio dell'altro, poiché il creativo comunicatore deve informare nella lingua dell'altro geografico e non generare un sentire che non gli appartiene, imbrogliandolo. Il creativo compie così, quando si comporta correttamente, un'operazione industriale, riproducendo in infiniti 'pezzi' un messaggio comunicativo, al fine di offrire all'altro geografico una possibilità di conoscenza, continuamente ribadita per informarlo. Mentre, al contrario, va specificato che è l'artista che esprime l'interiorità dell'altro geografico da sé, il suo sentire e provare, ma lo fa con un'opera unica e irripetibile. In questo caso quindi l'osservatore può scegliere liberamente se vederlo, leggerlo e comprenderlo. Un'operazione lontana da quella del comunicatore che con il suo lavoro di tipo industriale invade la vita dell'altro geografico passandogli messaggi da cui non potrebbe avere difese.

Entra in gioco così il tema della sostenibilità dei messaggi, non tanto nei termini di inquinamento materiale, ma di quello virtuale e geografico. Infatti quando si opera nella comunicazione si entra in contatto con l'altro geografico e lo si inquina con nuove informazioni. Diventa così ancora più importante avere un'etica del lavoro, al fine di evitare che queste diventino spazzatura mediatica e cambiamento di pensiero. Esiste quindi una differenza sostanziale fra un lavoro che inquina mettendo chi comunica in distanza dall'altro e aderire alla verità di un'altra identità geografica, ecologicamente parlando. Per essere etici si deve operare sul secondo dei casi, l'aderenza alla verità dell'altro, al fine di ottenere una comunicazione efficace, in quanto l'inquinamento mediatico digitale nell'epoca del web crea confusione, specialmente quando ci si pone in distanza dall'altro geografico.

Si pensi a come avvengono le ricerche su Google da cui trarre informazioni scritte o per immagini, basta una parola chiave e il motore di ricerca sceglie per noi cosa mostrarci.

| *Comunicare quando
l'altro vuole ascoltare*



Coscienza ecologica

Un'operazione che appare come etica e intellettualmente corretta, eppure cerca fra innumerevoli file caricati in rete quello che ha maggiore reputazione data dalla visibilità, quindi posizionato meglio dai maestri di SEO e legato alle ricerche che abbiamo già effettuato, memorizzate appositamente negli algoritmi di Google. Questi parametri non danno però una qualifica di qualità a quanto si legge, ma una maggiore diffusione del contenuto. Infatti riuscendo a posizionare un messaggio nelle prime pagine della ricerca si ottengono maggiori visualizzazioni e interazioni con l'altro geografico, ma lui non sa con precisione percepirne la veridicità. In altre parole più carico contenuti legati a una stessa parola chiave, più sarò visibile, o meglio ancora più creo file spazzatura⁷ più sarò visto e passerò il mio messaggio. La rete quindi è piena di file civetta di cui non sappiamo definire il futuro, ma che nel frattempo inquinano le informazioni orientandole in una direzione rispetto a un'altra. Qui entra in gioco la sostenibilità della comunicazione in rete, nel senso di etica delle informazioni, in quanto un creativo deve avere una *coscienza ecologica*⁸ nella produzione delle stesse. Esistono però dei casi come W o i portali con autori riconosciuti e critici, con tanto di da parte di , che diffondono testi e immagini selezionati nel rispetto dell'altro geografico, non inquinati ed ecologici. Essi passano informazioni in forma di parole o immagini eticamente corrette. In alcuni casi si posizionano fra i primi nelle pagine di ricerca, come è il caso di W che in questi anni si è creata una reputazione autorevole, in altri si muovono per superare la barriera di spazzatura che li sommerge. Una soluzione ancora non esiste con precisione, ma esiste una coscienza di chi crea informazioni internazionali su cui ancora si può agire, poiché l'ecologia delle informazioni passa attraverso la complessità del sistema e di chi vi opera, rispettando l'altro geografico.

In conclusione diventa importante, quando si lavora con l'altro geografico e la comunicazione internazionale, avere una conoscenza di lui, al fine di raccontargli la complessità delle informazioni, interagendo eticamente. Il creativo deve così decodificarne la realtà quotidiana, trasformarla in una bugia etica comprensibile e creare un oggetto immagine della comunicazione da divulgare per passare i contenuti. L'opera di traduzione delle informazioni in forma verbale o iconografica diventa così una vera operazione di fedeltà all'altro geografico. Allora l'*etica del comunicatore* si deve inserire nel mondo dell'altro senza inquinarlo, in quanto la comunicazione cambia tanto la nostra persona quanto l'altro geografico con noi.

Bibliografia

- Augé, M. (2009), *Che fine ha fatto il futuro? Dai non luoghi al non tempo*, trad. di Guido Lagomarsini, Milano, Eléuthera.
- Augé, M. (2000), *Il senso degli altri. Attualità dell'antropologia*, trad. it. Adriana Soldati, Torino, Bollati Boringhieri.
- Belting, H. (2009), *Antropologia delle immagini*, trad. di Salvatore Incardona, Roma, Carocci Editore.
- Schianchi, P. (2013), *L'immagine è un oggetto. Fondamenti di visual marketing con storytelling*, Padova, Libreria Universitaria.
- Vitta, M. (2012), *Il rifiuto degli déi. Teoria delle belle arti industriali*, Torino, Einaudi.

7 In questo caso per file spazzatura si intendono tutti quei file che riempiono il web e non gli . Ovvero file nominati e costruiti sulle parole chiave e con i principi di SEO per ottenere visibilità, spostando alla fine alle pagine di ricerca altri che potrebbero avere contenuti più autentici. Va segnalato però che negli ultimi anni il sistema di ricerca elaborato da Google ha cambiato la politica di indicizzazione, spostandosi nella direzione del contenuto di qualità con l'attivazione degli , legando i contenuti a persone riconoscibili. La quantità di file che vengono però inseriti giornalmente, anche se certificati dal motore di ricerca, rimangono innumerevoli e di difficile individuazione.

8 Per coscienza ecologica si intende il rispetto della natura delle informazioni e della loro attendibilità, evitando di inquinare la vita e le scelte dell'altro geografico.



L'ECOSOSTENIBILITÀ COME VANTAGGIO COMPETITIVO DI MARKETING

a cura di Francesco Sordi (IUSVE)

Ogni crisi è un'opportunità

Green marketing

Il green marketing dalle origini ad oggi *Ogni crisi è un'opportunità*. Potremmo leggere anche in quest'ottica la nascita e lo sviluppo fino ai giorni nostri dell'attenzione ai temi dell'ecologia e dell'ecosostenibilità da parte dei governi, delle aziende e di tutti noi che ci troviamo a rivestire ruoli diversi di manager, clienti, consumatori, elettori. Anche quello che oggi chiamiamo green marketing è un fenomeno socio-economico che nasce in concomitanza di una fase di crisi e che con successive crisi è cresciuto, alimentandosi di nuovi significati e nuovi segmenti *target*. La crisi energetica del 1973 fu dovuta principalmente all'improvvisa e inaspettata interruzione del flusso dell'approvvigionamento di petrolio proveniente dalle nazioni appartenenti all'Opec (l'organizzazione dei paesi esportatori di petrolio) verso le nazioni importatrici del petrolio. In quegli anni, infatti, la situazione mediorientale era incandescente: i Paesi arabi non avevano ancora riconosciuto il diritto dello Stato di Israele ad esistere. Con la crisi energetica del 1973 cominciarono ad entrare nel vocabolario comune nuove parole come 'ecologia' e 'risparmio energetico'. Non a caso è solo due anni dopo, nel 1975, che l'*American Marketing Association* (AMA) tenne il primo workshop sui temi del green marketing. Gli atti del convegno furono raccolti nel volume *Ecological marketing*¹. Il fattore di indagine attorno al quale erano convenuti studiosi, accademici e professionisti era l'impatto delle attività marketing sull'ambiente. La prima definizione di *green marketing* fu

quindi: *'the study of the positive and negative aspects of marketing activities on pollution, energy depletion and nonenergy resource depletion'*.

In questa fase embrionale il green marketing costituiva quindi un ambito di lavoro del marketing dedicato all'analisi delle conseguenze (analisi ex post).

Da allora il *green marketing* si è arricchito di numerosi significati fino a giungere oggi alla sua piena essenza, anche grazie alla fondamentale spinta propulsiva dell'emergenza ambientale e della conseguente sensibilizzazione di massa, nonché della crisi economica del terzo trimestre 2008.

Il *green marketing* non è più solo un'analisi ex post, non è l'azione di marketing per la promozione di temi ambientali, così come non rappresenta neppure la mera adesione ad un progetto ambientale, una sorta di compensazione dell'impatto ambientale attraverso una o più azioni green. Oggi l'autentico *green marketing* è espressione della *Corporate Social Responsibility*, è nucleo fondante dell'agire d'impresa, è perno della strategia aziendale e pertanto ispirazione di tutte le azioni di marketing mix che nel valore green trovano l'elemento unificante di identità e di USP (*Unique Selling Proposition*). L'attuale scenario non considera come green azioni che si limitano a svolgere 'funzioni civetta' o che si limitino ad evidenziare solo alcuni aspetti della filiera produttiva e commerciale. Il *green marketing* rappresenta quindi una grande opportunità per chi ha già scelto o

¹ Henion, K. – Kinnear, T. (1976), *Ecological Marketing*, University of Wisconsin – Madison, American Marketing Association.



andrà a scegliere questa via strategica che non prevede né scorciatoie né doppi binari; allo stesso tempo costituisce un rischio per chi invece si illude di dare alla propria azienda e ai propri prodotti una parvenza di carattere *green*, facilmente smascherabile da interlocutori attenti, connessi in tempo reale nel mondo web e digital, ingaggiati nel ruolo di opinion leader e influenzati da un pubblico che di prassi attiva un modello di consumo, a partire dalla verifica di autenticità da parte di soggetti terzi, indipendenti e autorevoli. La *digital brand reputation* è per il settore green un 'must have', non un plus accessorio. L'opzione per le aziende è quindi quella di un green statement senza se e senza ma; con una completa revisione di tutto il processo

di produzione, dall'approvvigionamento alla fabbricazione (uso energie alternative, headquarter e stabilimenti studiati secondo i principi della bio-architettura), dall'imballaggio dei prodotti al loro smaltimento. Come è ovvio che sia, la strategia green andrà implementata secondo una progettualità graduale, ma il carattere organico deve essere chiaro sia all'interno che all'esterno dell'impresa. Ogni soluzione al ribasso, come detto, rischia di attivare un effetto boomerang amplificato dal contesto social tipico, non solo del tempo in cui viviamo ma, nello specifico, del segmento di mercato e dai profili target interessati. Il concetto che nello specifico identifica, in



Green washing

modo denigratorio, l'approccio al ribasso ritenuto mistificatorio e denigratorio prende il nome *green washing*. Tullio De Mauro utilizza anche il termine 'eco-cosmesi'.

Esso si riferisce al tentativo da parte di alcune (molte) aziende di 'dipingere' agli occhi dei clienti i propri prodotti come *green*, quando in realtà non ne hanno gli autentici requisiti. Come a dire che non è sufficiente utilizzare un codice colore verde nei packaging e nelle rappresentazioni comunicative, per potersi palesare come *green company*.

Uno studio condotto da Terrachoice nel 2010 ha rilevato che su 5.296 prodotti presentati come *green*, solo 265 lo erano davvero: in media, circa 1 su 20, ovvero il 95%.

Ecco i sette 'peccati' di *green washing*:

1) Peccato di omessa informazione (*hidden trade-off*). Si commette quando si utilizza come *reason why* della promessa *green* una caratteristica del prodotto che non rientra però in quel sistema organico e sinergico di azioni che l'approccio integrato richiede. Tale 'peccato' costituisce l'infrazione statisticamente più rilevata e diffusa. Possiamo portare due esempi: un tipo di carta, per esempio, non è necessariamente preferibile ad un altro dal punto di vista ambientale, solo perché gli alberi da cui proviene sono coltivati e tagliati secondo metodi ecologicamente corretti. Altri fattori nel processo produttivo della carta possono essere ugualmente o più importanti, ad esempio i consumi di energia, le emissioni di gas serra, l'inquinamento dell'aria e dell'acqua; è di recente discussione l'affermazione della natura *green* dei prodotti realizzati con viscosa di bamboo. La fibra di bamboo è certamente tra quelle *green* per la sua natura rinnovabile, il bamboo infatti è una pianta infestante e cresce molto rapidamente. Tuttavia per essere filato e tessuto è trattato con additivi chimici in un processo che consuma molta energia. Il vero bamboo *green* è quello la cui lavorazione avviene direttamente dalla fibra vegetale della pianta, un processo utilizzato raramente, ma che è dimostrato essere efficace ed economicamente sostenibile.

2) Peccato di mancanza di prove (*no proof*). Si commette ogni volta che si fanno affermazioni sulla natura *green* di un prodotto che non sono però supportate da dati, informazioni o evidenze verificabili o da una certificazione di un soggetto terzo e autorevole.

3) Peccato di vaghezza (*vagueness*). Si commette quando si utilizzano affermazioni totalmente generiche e quindi prive di un significato preciso e certo, inducendo le persone ad alcune possibili interpretazioni che risultano errate. La dichiarazione che un prodotto è 100% naturale, ad esempio, induce le persone a ritenere tale prodotto *green* o salutare. L'arsenico, l'uranio e la formaldeide sono tutti 100% naturali, ma altamente velenosi.

4) Peccato di irrilevanza (*irrelevance*). Si commette quando le affermazioni possono essere veritiere, ma sono irrilevanti o non distintive, non aiutano cioè le persone nelle loro scelte d'acquisto. Anche in questo caso ci troviamo di fronte a tentativi di induzione fraudolenta verso interpretazioni errate circa il valore ecologico di un prodotto. La dichiarazione *CfC free*, ad esempio è usata spesso per definire *green* un prodotto, malgrado il fatto che il CfC (clorofluorocarburo, ritenuto uno dei responsabili del cosiddetto buco dell'ozono) è proibito per legge già da diversi anni e quindi tutti i prodotti sono *CfC free*.

5) Peccato del minore dei due mali (*lesser of two evils*). Si commette quando le affermazioni possono essere vere all'interno di una specifica categoria di prodotti, ma tendono a 'coprire' il fatto che il consumo di quello specifico prodotto ha di per sé un grande impatto ambientale. Un esempio sono le auto sportive di grossa cilindrata che comunicano di consumare meno della media della categoria.

6) Peccato del raccontar frottole (*fibbing*). Si commette quando si veicolano dichiarazioni false, ad esempio sul fatto che un prodotto rispetti o sia compatibile con un determinato standard, ad esempio di consumi energetici. Si tratta di un peccato oggi poco frequente rispetto ai tentativi di mascheramento prima descritti.

7) Peccato di adorazione di false etichette (*worshipping of false labels*). Si commette quando si induce nel pubblico la percezione di una certificazione da parte di terzi (in realtà non esistente) attraverso l'uso di immagini, simboli o testi, ad esempio ideando falsi marchi di tutela ambientale.

La lotta al *green washing* nasce innanzitutto dal basso, dall'insieme di persone e organizzazioni sensibili e sensibilizzanti rispetto al tema dell'eco sostenibilità. Grazie

alla loro attività di influenzamento anche le organizzazioni governative o di categoria stanno via via oggi sempre più adottando protocolli di comportamento che possono avere sia la forma di legge che quella di codici di autotutela. Già dal 2007 ad esempio la Norvegia fa esplicito divieto per legge all'utilizzo di argomentazioni green per la promozione di automobili a combustione. L'ICC (*International Chamber of Commerce*) ha pubblicato nel Luglio 2011 il *Framework for Responsible Environmental Marketing Communication*². Al suo interno sono contenute le norme per il corretto utilizzo delle argomentazioni di vendita attinenti all'eco sostenibilità, chiaramente ispirate ai sette 'peccati' del green washing.

L'analisi del vantaggio competitivo

Cos'è e come si determina un vantaggio competitivo? Secondo quanto concepito nel modello di *marketing scientifico denominato 3D-ing*³, un vantaggio competitivo è un fattore di interesse per la Domanda (criterio di significatività) in cui l'azienda mostra una ottima o eccellente (criterio di sostenibilità), marcando una differenza positiva rispetto ai concorrenti (criterio di distintività). L'analisi del vantaggio competitivo crea quindi connessione e sinergia tra i tre soggetti del territorio competitivo - Domanda, Offerta e concorrenza -, e può essere graficamente rappresentata attraverso il quadro strategico e le relative curve del valore. Il primo principio del marketing - produci ciò che puoi vendere e non tentare di vendere ciò che hai prodotto - coadiuvato dal modello 3D-ing, conducono quindi a due verifiche preliminari rispetto alla decisione di un'azienda se investire o meno sulla cosiddetta 'componente ecologica': se l'azienda decidesse di investire in tal senso, riuscirebbe a marcare una differenza positiva rispetto alla concorrenza? Se l'azienda decidesse

Rispetto in particolare a quest'ultimo quesito, è necessario conoscere quindi le variabili che determinano l'utilità del cliente, opportunamente ordinate secondo un *ranking* di priorità. Se il carattere eco-sostenibile dell'azienda fosse in un di importanza alto o medio-alto, certamente l'azienda in questione avrebbe tutto l'interesse ad investire per costruire e marcare un proprio vantaggio competitivo. D'altro canto, se l'analisi della Domanda dovesse invece collocare la 'componente ecologica' in un medio-basso o basso, allora si perderebbe uno dei tre requisiti fondamentali per l'identificazione del vantaggio competitivo, ovvero la significatività.

Conclusioni

Un'azienda deve sempre e comunque investire sul fattore ecologico?

L'etica direbbe ad ogni azienda di migliorare le proprie in tal senso, così come direbbe a ciascun soggetto di aumentare il proprio grado di sensibilità al tema, anche nell'applicazione delle scelte di consumo.

Ma la *scelta etica* è anche una *scelta strategica*?

Gli investimenti nel *green marketing* costituiranno di certo una voce di costo; i maggiori costi si tradurranno in prezzi più alti. Possiamo essere certi che la Domanda sarà in ogni caso rigida al prezzo e che pertanto i minori volumi di vendita saranno compensati dai maggiori ricavi preservando l'utile? E se ci trovassimo invece nella situazione in cui l'analisi marketing portasse all'evidenza che la politica ridurrebbe l'utile d'azienda a tal punto da dover rivedere, in ottica di sostenibilità economica, la composizione dell'organico aziendale? Un'azienda più ma con meno dipendenti. Ecco che il dilemma etico si arricchirebbe di scenari complessi. Un'azienda è anche, se non in primo luogo, un soggetto etico in quanto produttore di valore economico e sociale: la prima e fondamentale azione etica di un'impresa è produrre lavoro e ricchezza per la collettività. Ne deriva quindi un interessante confronto tra due

Marketing scientifico denominato 3d-ing

La scelta etica è anche scelta strategica

2 Green Washing Report (2010), *The sins of greenwashing*.

3 www.iccwbo.com.



le tematiche proprie del e dell'analisi del vantaggio competitivo e possiamo quindi ora, in conclusione, sintetizzare alcune linee guida marketing per la scelta strategica ed imprenditoriale di investimento in ottica :

- se la domanda è molto sensibile al fattore ecologico l'azienda ha tutto l'interesse ad investire su di esso, tanto più quanto è minore la pressione concorrenziale;
- se la domanda è poco sensibile al fattore ecologico l'azienda può decidere di investire per marcare e difendere un segmento auspicandone una veloce e consistente crescita, anche a fronte della propria azione di sensibilizzazione, oppure di procrastinare tale scelta strategica in attesa di maggiori evidenze in termini di ampiezza e remuneratività del segmento . Questa seconda opzione, che potrebbe essere letta come più prudente, in realtà nasconde il rischio di ritrovarsi poi in un contesto competitivo iper-denso con un ruolo da *follower*.

- se la domanda non è per nulla sensibile al fattore ecologico, la scelta d'investimento in tal senso assume il carattere di pura scommessa sulla nascita di un possibile nuovo , oppure rappresenta una scelta etica dell'imprenditore.

Alcuni dati ed alcuni casi studio sembrano comunque indicare la presenza di un interessante, non solo dal punto di vista dell'etico o valoriale ma anche sul fronte della remuneratività di . Una ricerca promossa dalla Società di consulenza Arthur D. Little ha evidenziato che una buona percentuale di consumatori si dichiara disposta a pagare un prezzo maggiore per un'offerta 'verde'⁴. Anche la ha evidenziato un simile risultato, concludendo che gli utenti di Internet pagano un prodotto anche il 5% in più se la merce viene realizzata da aziende che promuovono comportamenti eco-sostenibili⁵.

Negli Stati Uniti, un'azienda come è riuscita a diventare, a soli cinque anni dalla

liberalizzazione del mercato della fornitura di energia elettrica, il leader nazionale di settore, puntando tutta la sua strategia sulla sostenibilità ambientale e trasformando così una classica in una scelta d'acquisto coerente con il proprio stile di vita, una vera icona *green* alla quale oggi aziende e grandi eventi come il *Superbowl* si appoggiano per accrescere il proprio contributo all'istanza ambientale. Il marketing non può e non deve sostituirsi all'imprenditore nel prendere le scelte strategiche fondamentali per la propria azienda; compito del marketing è supportare tali scelte in modo che esse siano prese in funzione di un quadro analitico e di prospettiva chiaro e organizzato. Oggi il *green marketing* si presenta come un'opportunità che ogni azienda è chiamata a prendere in seria considerazione: un'opportunità che mira a coniugare la mente dell'imprenditore con il cuore dell'uomo.

4 Sordi, F. (2013), *Evolvi il tuo marketing*, Padova, Libreria Universitaria.

5 Bertolini, A. (2010), *Gli Italiani hanno una coscienza green e sono attenti al green consuming?*, Milano, Mark-Up, p. 175.

6 www.performics.com

ALIMENTAZIONE, SCIENZA SUSSIDIARIA

*a cura di Giampietro Comolli (UnPOExPO2015),
Loredana Crestoni e Simone Ragazzi (IUSVE)*

Il workshop 'Alimentazione scienza sussidiaria' si è sviluppato in tre fasi: nella prima sono stati approfonditi alcuni concetti chiave emersi durante le relazioni del mattino; nella seconda è stato illustrato il progetto UnPOExPO2015; la terza è stata dedicata al dibattito con i presenti.

Riflettendo sulle numerose sollecitazioni ricevute durante il convegno mattutino, il prof. Comolli ha individuato cinque parole chiave: sostenibilità, alimentazione, *greening*, OGM, sussidiarietà.

Sostenibilità

Tale concetto non deve essere una espressione collettiva teorica e fatua, bensì una pratica individuale di comportamento sociale e civile. Ognuno di noi dovrebbe interrogarsi sulla *sostenibilità del proprio stile di vita* e mettere in pratica, condividendoli, comportamenti responsabili in merito al consumo alimentare e alle implicazioni che essi hanno per il benessere del pianeta.

Alimentazione

Il settore agro-alimentare, in Italia, produce un valore che arriva fino a punte di 35 miliardi di euro all'anno. Se si aggiunge tutto l'indotto, turismo, ricettività, commercio, gastronomia, export e quant'altro si arriva fino a 250 miliardi di euro all'anno, ovvero un quinto dell'intera economia italiana.

Per quanto riguarda le esportazioni, prendendo come termine di paragone un altro significativo settore economico, quello dell'industria automobilistica, si può dire che l'agroalimentare esporta il doppio del settore automobilistico.

È evidente che, quello dell'agro-alimentare è una risorsa economica/occupazionale fondamentale per lo sviluppo del nostro Paese.

L'Italia, nel mondo, è capitale e maestra 'nei campi e a tavola' grazie ad alcuni valori che ha saputo tramandare nei secoli: il prodotto crudo è natura, il cibo cotto è cultura; un cibo è unico se vive lo scambio e la contaminazione come innovazione civile; la nutrizione è civiltà culturale.

Greening

'Curare la terra per abitare il futuro': deve essere la traduzione esatta e corretta del contenuto espresso dal marchio *greening* di cui tante volte si abusa appiccicandolo a prodotti che non sono reale espressione di un'economia verde.

Curare la terra non significa solamente creare parchi naturali o cercare di ripopolare territori abbandonati, ma anche favorire una cultura che impegni la collettività al rispetto delle risorse naturali, così come promuovere una legislazione che impedisca scempi ambientali che possono mettere a rischio le generazioni future. È importante incentivare un corretto uso del suolo e la riduzione degli sprechi alimentari, bisogna prevenire, non è più possibile intervenire a danno fatto. In tal senso le tecnologie e i social network possono essere strumenti molto efficaci.

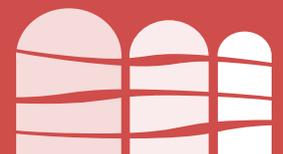
OGM

Accettarli o metterli al bando? È una controversa e spinosa questione che da troppo tempo rimane irrisolta; ci sono continue dispute fra sostenitori e detrattori non sempre basate su una corretta e completa conoscenza del problema. La domanda da porsi dovrebbe essere: un rigido governo/controllo di alcune coltivazioni OGM potrebbe risolvere il

L'Italia 'nei campi e a tavola'

Greening

Sostenibilità del proprio stile di vita



dilemma fra *bisogni alimentari planetari crescenti*, suolo disponibile e idoneo, risorse e ritmi sostenibili? Le coltivazioni OGM, usate secondo precisi protocolli, potrebbero essere una grande risorsa per soddisfare i bisogni alimentari della crescente popolazione del pianeta e per diminuire il divario fra potere e opportunità dei ricchi, rispetto alla crescente base sociale povera.

La ricerca scientifica, la sperimentazione e i brevetti su coltivazioni e allevamenti devono porsi come garanti dei processi di coltivazione e indirizzare la normativa in modo da trovare un corretto equilibrio tra etica e profitto industriale e finanziario. La scienza dovrebbe rispondere al dilemma se gli OGM possono aiutare davvero il mondo a sostenersi dal punto di vista alimentare o se i rischi insiti nella manipolazione genetica possono mettere a repentaglio biodiversità e sussistenza.

Sussidiarietà

È sinonimo di coesione sociale, un sistema liberale eleva le condizioni di tutta la popolazione e diventa prospettiva futura per le nuove generazioni, attraverso un'economia reale che persegua un interesse comune di crescita sostenibile e sussidiaria. Non occorre tornare al baratto, è sufficiente che gli indirizzi politici siano trasparenti, che le imprese si re-interpretino a supporto del benessere sociale attraverso azioni di mecenatismo che creino valore aggiunto per migliaia di altre persone, oltre che profitto per l'azienda stessa. Occorre usare leve e strumenti di civiltà economica, anche interattivi, al fine di consentire che il risparmio di uno sia il guadagno di un altro, che una tassa diventi ricavo, che un'imposta sia profitto per terzi. I così detti 'fondamentali' dell'economia devono essere riposti al vertice della piramide finanziaria; non serve carità ma il blocco di ogni forma di speculazione, anche minima; le università devono insegnare il valore aggiunto del bene reale e non del derivato, le scuole di specializzazione non devono porre il profitto come valore assoluto ma affiancarlo alla crescita, allo sviluppo, al lavoro per tutti. Un'economia sostenibile è strumento di solidarietà e sussidiarietà.

Nella seconda parte del workshop, il prof. Comolli ha illustrato il progetto *Expo Milano 2015* mettendone in risalto potenzialità e lacune. L'Expo è l'esposizione universale

delle grandi innovazioni e delle grandi potenzialità-opportunità che i 150 Paesi presenti metteranno in mostra, allestendo padiglioni nazionali nel sito di Expo-Rho vicino a Milano. L'evento sarà grandioso: sei mesi di manifestazioni, a Milano e nei territori limitrofi, che corrispondono a circa 20/30 eventi al giorno per 184 giorni, 22 milioni di visitatori e turisti, un business totale di circa 12 miliardi di euro. L'Italia è chiamata a dare il massimo e meritarsi il titolo di Capitale della migliore dieta alimentare e nutrizionale al mondo, grazie alle peculiarità e alla ricchezza presenti sul nostro territorio, sia rispetto alla biodiversità da cui derivano i nostri prodotti, che alle innovazioni e contaminazioni culturali che hanno reso la nostra gastronomia unica, irripetibile e molto più articolata e varia della sola dieta mediterranea, già riconosciuta patrimonio dell'Umanità. Uno degli asset-Paese si mette in mostra.

La sola città di Milano ha programmato un fitto calendario di 150 eventi al mese, ma i territori limitrofi devono sapersi giocare in positivo la grande opportunità di incontrare e attrarre milioni di visitatori, ben 8,5 milioni provenienti da paesi esteri, curiosi e affamati di toccare con mano le bellezze e le bontà italiane. Bisogna però saperli accogliere. Le lungaggini burocratiche, i tempi biblici per avere un visto turistico da Pechino a Milano, le avulse ambasciate e consolati, gli scali aeroportuali inadatti, la viabilità ferroviaria e pubblica, la interattività wi-fi possono complicare accessi, ingressi e interesse.

Occorre quindi lanciare un messaggio affinché tutti, cittadini enti e aziende, si sentano coinvolti e si diano da fare: se 3 milioni di Cinesi, per esempio, chiedono di atterrare a Parigi o a Dusseldorf, come poi è possibile veicarli e accompagnarli sui nostri territori a visitare la realtà delle nostre PMI eccellenti? È evidente che bisogna attivare meccanismi urgenti e obbligatori, azioni e iniziative di sistema per supplire a queste negatività:

l'azione collettiva, in questo momento, con un unico brand può essere veicolo attrattivo.

In questo contesto e, con questa ottica, nasce il *progetto-programma 'UnPOxExPO2015®©'* patrocinato e associato all'esposizione universale Expo Milano 2015, che si pone l'obiettivo di rivalutare dal punto di vista turistico, culturale ed enogastronomico, il più

Bisogni alimentari planetari crescenti

Progetto-programma 'UnPOxExPO2015®©'

Expo Milano 2015



grande fiume italiano: il Po.

Nel progetto sono state coinvolte imprese private ed enti pubblici, consorzi di produttori, associazioni e federazioni culturali presenti sul nostro territorio e all'estero, attraverso la rete dei nostri connazionali residenti nel mondo.

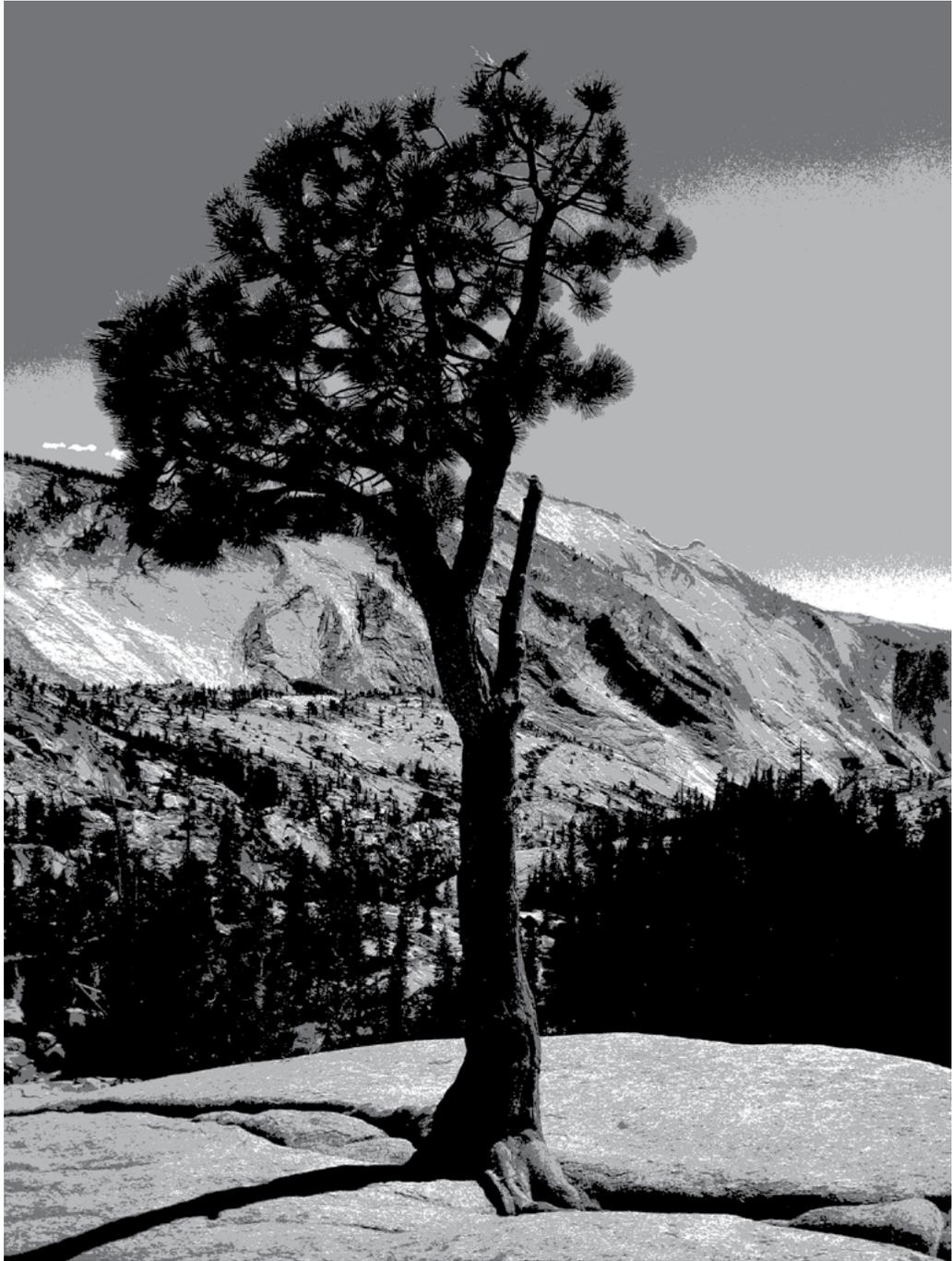
È stato preso come riferimento geografico-satellitare il percorso del fiume Po, il più grande fiume italiano, 650 km da Cuneo a Venezia, perché lungo questo tragitto si incontra la storia, la civiltà, la cultura, la biodiversità nazionale. Il percorso offre innumerevoli occasioni d'incontro con l'arte, l'ambiente, il paesaggio, i musei, la flora e la fauna, la cucina l'architettura e la navigazione. In uno spazio "breve" di 650 km e vicinissimo al sito-sede di Expo a Milano (fra 50 e 200 km di distanza) è possibile immergere i visitatori in un'esperienza che li coinvolga nella riscoperta dei propri sensi, in primis i 4 gusti alimentari: dolce, salato, acido, amaro. Non esiste al mondo un percorso altrettanto concentrato e ricco di cultura e natura, un vero patrimonio per l'umanità. Un bacino fluviale che esiste da 100 milioni di anni, che inizia con le acque alpine e arriva all'acqua salmastra; che porta tracce della bonifica naturale e di quella dell'uomo con argini, contro argini, canali d'irrigazione e scarichi, ampie distese irrigate per le coltivazioni di riso; un fiume legato alla storia di quattro regioni italiane e alla pianura Padana, attuale Food&Wine Valley, dove il rapporto fra fiume e abitanti era molto stretto e diretto, in una sorta di interdipendenza economica. Sulle sue sponde si pescava, dall'acqua si traeva sostentamento e le vie fluviali assicuravano lo spostamento delle merci.

Il grande fiume Po può ancora rappresentare una grande risorsa anche in tema di alimentazione sostenibile. Unico Distretto al mondo con una così alta e significativa presenza di luoghi Patrimonio dell'Umanità, l'asta del fiume segna anche 8 siti riconosciuti dall'Unesco, dalle Regge Sabaude ai Monti Sacri, dal potere storico Longobardo alla millenaria vita repubblicana di Venezia e diversi siti sono in attesa del riconoscimento. Oltre a ciò si possono contare 500 comuni titolari di brand e marchi conosciuti in tutto il mondo, 100 prodotti alimentari DOP, 1000 ricette tipiche gastronomiche. Le vie della

fede come quella degli abati e dei pellegrini verso la Terrasanta, strade come la Postumia e la Francigena, quella del Sale e delle Spezie, percorsi europei come la Claudia Augusta e Romea, oltre 1000 chiese e monasteri lungo il tragitto fluviale, alcuni hanno segnato per secoli e secoli la storia e la vita di intere popolazioni, hanno garantito sostentamento e alimenti a viandanti, commercianti e uomini di culto. La prima Crociata in Terra Santa parte dal Po, i paladini del Santo Sepolcro giurano fedeltà lungo il Po. Un territorio con 1200 km di strade ciclabili, un fiume con 80 attracchi per barche, 90 aree-oasi protette, il solo delta del fiume è un parco produttivo-ittico-turistico di 380 km quadrati, percorribile, vivibile in bici e in barca.

Un luogo con tali attrattive può diversificare l'offerta al turista dell'Expo, facendo in modo che la visita in Italia si trasformi in un soggiorno di accrescimento culturale ma anche di conoscenza della reale produzione alimentare Made-in-Italy. Il Po diventa palcoscenico, teatro, vetrina, mercato, esposizione di alimenti vegetali quali ortaggi, legumi, verdure, frutta, riso, pomodoro, cereali, salumi, formaggi, carni, pesci, dolci, pane, cioccolato. L'Italia è l'unico Paese che ha una biodiversità agricola così elevata grazie alla peculiarità del suo territorio, che offre un clima continentale e alpino che richiede alimenti energetici e ricchi, così come un clima più arido e marino in cui si privilegiano prodotti più leggeri e delicati.

L'intervento del relatore si è concluso con un dibattito, domande e risposte attraverso le quali i partecipanti hanno approfondito il tema della sostenibilità e sussidiarietà collegate ai temi di Expo 2015, in modo di offrire ulteriori elementi di riflessione e analisi per migliorare il progetto UnPOxExPO2015.



I testi vanno inviati al seguente indirizzo di posta elettronica: rivista@iusve.it
È preferibile ricevere testi prodotti su Word, salvati in un unico file, con le note a piè pagina e bibliografia/sitografia a fine testo, accompagnati dall'indirizzo mail dell'Autore e dall'appartenenza accademica o istituzionale.

NORME GENERALI

Ogni scritto presentato deve essere accompagnato da un breve riassunto (*abstract*), in italiano e in inglese, di 150 parole o 1000 caratteri ciascuno, inclusi gli spazi, in cui vengano enunciati con chiarezza le intenzioni e i contenuti dell'articolo. Ogni *abstract* dovrà essere seguito da cinque parole-chiave, rispettivamente in italiano e in inglese. L'*abstract* non dovrà contenere note a piè pagina o riferimenti bibliografici.

I testi vanno divisi il più possibile in paragrafi titolati e numerati.

Le pagine vanno numerate progressivamente e visibilmente con cifre arabe.

Il testo, in Times New Roman corpo 12, deve essere allineato a sinistra, a interlinea singola. Le note a piè pagina dovranno essere scritte in Times New Roman corpo 10, con allineamento a sinistra e interlinea singola. Occorre attenersi alla massima uniformità per quanto riguarda l'uso delle maiuscole e minuscole. La e accentata va scritta con l'accento grave (È), non con l'apostrofo (E').

Le sigle andranno battute in tondo alto e basso e senza puntini tra una lettera e l'altra (es. Usa, Acli).

Per i corsivi occorre servirsi dell'apposita opzione offerta da tutti i *wordprocessor*, evitando assolutamente la sottolineatura.

Si raccomanda la correttezza nell'accentazione delle vocali: à, ì, ò, ù (sempre con accento grave); cioè, è (grave); né, sé, perché ecc. (acuto).

Si raccomanda anche il rispetto delle seguenti convenzioni: p. e pp. (non pag. o pagg.); s. e ss. (non seg. e segg.); cap. e capp.; cit.; cfr.; vol. e voll.; n. e nn.; [N.d.A.] e [N.d.T.]. Cit. andrà in tondo (non in corsivo, ma in carattere normale); in corsivo *et al.*, *ibidem*, *passim*, *supra* e *infra*, come tutte le parole straniere lungo il testo italiano, che non vanno quindi messe fra virgolette.

Di ogni citazione da opere di cui esiste una traduzione italiana va rintracciata e riportata la traduzione esistente. Le citazioni composte da più di tre parole vanno indicate tra virgolette a caporale («...»), mentre le citazioni dentro la citazione vanno indicate con virgolette doppie ("..."). I brani di testo espunti dalla citazione vanno segnalati fra parentesi quadre ([...]).

Una o due parole impiegate in senso traslato, o alle quali l'Autore vuole dare particolare enfasi, o quelle parole originariamente di uso tecnico, ma poi entrate nell'uso normale della lingua, vanno indicate con virgoletta semplice ('...'); ad esempio: 'Base sicura'; 'Oggetto transazionale'; 'Parole generatrici'; 'Esser-ci'; 'Essere-per-la-morte'.

È da evitare l'uso di elenchi puntati o numerati.

Il riferimento dell'Autore a se stesso deve essere fatto in forma impersonale alla terza persona; ad esempio: «Di questo argomento si è già trattato altrove ...» invece che «Di questo argomento abbiamo ...» o «Di questo argomento ho ...».

NOTE

Le note, che saranno pubblicate a piè pagina, devono essere numerate progressivamente.

Se nelle note a piè di pagina vi è un testo, contenente chiarimenti o delucidazioni, con dei riferimenti bibliografici occorre sempre rispettare la modalità di citazione sotto presentata, inserendo la fonte tra parentesi tonda alla chiusura della nota a piè di pagina.

Per le citazioni seguire esclusivamente le seguenti indicazioni:

a) opere citate per la prima volta**Libro pubblicato da un solo Autore**

Laeng, M. [normale] (1982⁷ [dove il numero all'apice sta a indicare la 7a edizione]), *Lineamenti di pedagogia* [corsivo], Brescia, La Scuola, p. 9 [pp. 9-13, pp. 5 s., pp. 7 ss.].

Libro pubblicato da un solo Autore e poi tradotto e pubblicato in lingua italiana

Wittgenstein, L. (1970), *Über Gewißheit*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, trad. it. di Trincherò, M. (1978²), *Della certezza*, Torino, Einaudi, p. 42.

Saggio/contributo di un solo Autore pubblicato in un libro curato da altri Autori

Nanni, C. (1997), Educazione [normale], in *Dizionario di scienze dell'educazione*, a cura di Prelezo, J. M. – Nanni, C. – Malizia, G., Torino, ElleDiCi – Las – Sei, pp. 340-343.

Libro pubblicato a cura di due Autori

Bocchi, G. – Ceruti, M. (1985), a cura di, *La sfida della complessità*, Milano, Feltrinelli.

Articolo pubblicato da un solo Autore su una rivista scientifica

Comoglio, M. (2004), Portfolio e Riforma [normale], *Orientamenti pedagogici*, 51, n. 3, pp. 377-397.

Articolo pubblicato da due o più Autori su una rivista scientifica

Ammerman, R.T. – Van Hasselt, V.B. – Hersen, M. – McGonigle, J.J. – Lubetsky, M.J. (1989), Abuse and neglect in psychiatrically hospitalized multihandicapped children, *Child Abuse & Neglect*, Vol. 13, n. 3, pp. 335-343.

Articolo pubblicato da un solo Autore su un sito internet

Pallera, M., *Fashion Camp 2013*, in <http://www.ninjamarketing.it> (rimosso il collegamento testuale).

Poster o paper presentato ad un convegno

Patteri, I. – Riggio, L. – Umiltà, C. (2002), Svantaggio per la ripetizione di attributi non spaziale dello stimolo: evidenze a favore dell'inibizione di ritorno, *Congresso Nazionale della Sezione di Psicologia Sperimentale*, Rimini.

b) opere già citate in precedenza**Libro pubblicato da un solo Autore**

Laeng, *Lineamenti di pedagogia*, cit., p. 67.



Si usa *ibidem* per indicare la stessa opera, citata nella nota immediatamente precedente, anche se non alle stesse pagine, purché nelle due note in questione venga indicata una sola opera e non vi sia possibilità di confusione:

Laeng, *Lineamenti di pedagogia*, cit., p. 67.

Ibidem, p. 89.

Libro pubblicato da un solo Autore e poi tradotto e pubblicato in lingua italiana

Wittgenstein, *Della certezza*, cit., p. 42.

Saggio/contributo di un solo Autore pubblicato in un libro curato da altri Autori

Nanni, *Educazione*, cit., p. 341.

Articolo pubblicato da un solo Autore su una rivista scientifica

Comoglio, *Portfolio e Riforma*, cit., p. 378.

Articolo pubblicato da due o più Autori su una rivista scientifica

Ammerman *et al.*, *Abuse and neglect* [il titolo andrà abbreviato inserendo solo le prime parole], cit., p. 338.

Articolo pubblicato da un solo Autore su un sito internet

Pallera, *Fashion Camp 2013*, cit.

Poster o paper presentato ad un convegno

Patteri *et al.*, *Svantaggio per la ripetizione di attributi* [il titolo andrà abbreviato inserendo solo le prime parole], cit.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

La bibliografia e la sitografia seguono le indicazioni redazionali delle note.

NORME PARTICOLARI

La lunghezza degli articoli deve essere compresa fra le 5.000 e le 8.000 parole (circa 50.000 caratteri - note, bibliografia, spazi inclusi).

Grafici e tabelle, numerati progressivamente, vanno salvati in un file excel a parte.

Nel file word dell'articolo vanno inseriti nel testo i riferimenti ai grafici e alle tabelle entro parentesi tonda: (cfr. grafico 1), (cfr. tabella 1).



Istituto Universitario Salesiano Venezia

Aggregato alla Facoltà di Scienze dell'Educazione
dell'Università Pontificia Salesiana di Roma

SOMMARIO

/EDITORIALE

Roberto Albarea – IUSVE

/INTERVENTI

Economia positiva: nuovi sviluppi per le generazioni future

Letizia Moratti – Fondazione San Patrignano e Task Force Finanza Sociale G8

Quale psicologia per una vita equa e sostenibile

Franca Olivetti Manoukian – Studio APS – Milano

Sostenibilità in educazione: uno stile personale ed educativo

Roberto Albarea – IUSVE e Università degli Studi di Udine

Comunicazione e sviluppo sostenibile

Francesco Pira – IUSVE e Università degli Studi di Messina

/WORKSHOP