



UNIVERSITÀ  
DEL SALENTO  
L'Ateneo tra i due mari

Dipartimento

Storia  
Società  
Studi  
sull'Uomo



History  
Society  
Human  
Studies

Department

Dottorato di ricerca

Human  
and  
Social  
Sciences  
In memoria di Giulio Regeni



DOTTORATO HUMAN AND SOCIAL SCIENCES  
IN MEMORIA DI GIULIO REGENI

# LA COMUNICAZIONE: MEDIA, PROCESSI PRODUTTIVI E NARRAZIONI

---

ATTI DEL WORKSHOP 2020  
(LECCE, 15 - 16 OTTOBRE)



2021

DOTTORATO *HUMAN AND SOCIAL SCIENCES*  
*in memoria di Giulio Regeni*

DIPARTIMENTO DI STORIA, SOCIETÀ E STUDI SULL'UOMO

**LA COMUNICAZIONE:  
MEDIA, PROCESSI PRODUTTIVI E NARRAZIONI**  
**Atti del workshop 2020 (Lecce, 15 – 16 ottobre)**

A cura di

*Stefano Cristante, Stefania Pinnelli, Antonella Rinella*



**UNIVERSITÀ  
DEL SALENTO**

2021

*Il volume, composto da 10 saggi che costituiscono solo una parte dei contributi discussi nel Workshop “La comunicazione: media, processi produttivi e narrazioni” del Dottorato in Human and Social Sciences dell’Università del Salento (Lecce, 15-16 ottobre 2020), attesta la vivacità delle riflessioni sul tema presenti nelle discipline storiche, geografiche, giuridiche, sociologiche, pedagogiche e psicologiche e tramite l’open access consente di rendere disponibili tali prodotti della ricerca alla comunità globale, scientifica e non, per divulgare le prospettive di sviluppo delle proposte di cui il Dottorato si è fatto incubatore.*

**Comitato scientifico**

Paola Angelelli, Giuseppe Annacontini, Emiliano Bevilacqua, Elisabetta Caroppo, Enrico Ciavolino, Stefano Cristante, Daria De Donno, Daniele De Luca, Fabio De Nardis, Pier Giuseppe Ellerani, Guglielmo Forges Davanzati, Omar Gelo, Giuseppe Gioffredi, Emanuela Ingusci, Alessandro Isoni, Flavia Lecciso, Mariano Longo, Terri Mannarini, Giuseppe Patisso, Luciana Petracca, Stefania Pinnelli, Fabio Pollice, Antonella Rinella, Federico Russo, Angelo Salento, Sarah Siciliano, Francesco Somaini, Ferdinando Spina, Kristjan Toomaspoeg, Claudia Venuleo, Marta Vignola.

*Grafica di copertina: Sara Nocco*

© 2021 Università del Salento

e-ISBN: 978-88-8305-175-3

DOI Code: 10.1285/i9788883051753

<http://siba-ese.unisalento.it/index.php/comunicazione>

## Indice

Presentazione .....	4
<b>I Sessione <i>Comunicazione e nuovi media</i> .....</b>	<b>7</b>
Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19 ( <i>Simone Rollo</i> ) .....	8
ODIO 2.0: una prospettiva psicosociale sui processi di radicalizzazione online ( <i>Serena Verbena</i> ) .....	22
Salute, proattività e tecnologie digitali ( <i>Luca Benvenga</i> ) .....	34
<b>II Sessione <i>Comunicazione e processi produttivi</i> .....</b>	<b>48</b>
Sul 'potenziale ecologico' della comunicazione nei sistemi agroalimentari. Appunti preliminari sul concetto di 'comunicazione agroecologica' ( <i>Roberto Franco Greco</i> ) .....	49
Alternative Food Networks (AFN) e comunicazione virtuale: il caso della rete Salento km0 ( <i>Sara Nocco</i> ) .....	62
<b>III Sessione <i>Narrazioni umane e comunicazione</i> .....</b>	<b>75</b>
Comunicare e Curare. Dall'Autoreferenzialità del Sintomo alla Dialettica del Desiderio ( <i>Chiara Agagiù</i> ) .....	76
Alla conquista del Parlamento europeo. Strategie comunicative e campagne elettorali del PCI durante le elezioni europee del 1979 e del 1984 ( <i>Michele Pieroni</i> ) .....	87
Narrare lo spazio fisico e sociale: arte pubblica e metamorfosi del margine. Il caso studio del progetto di arte muraria nel quartiere 167 b/ San Giovanni Battista di Lecce ( <i>Francesca Maria Fiorella</i> ) .....	99
«Così e non diversamente». Comunicare il territorio attraverso il cinema documentario: uno sguardo sul Rione Traiano di <i>Selfie</i> (A. Ferrente, 2019) ( <i>Patrizia Miggiano</i> ) .....	112
Le forme collaborative di comunicazione del co-design e l'interazione con le scienze sociali: l'invenzione di un cultural probe come caso studio ( <i>Chiara Vacirca</i> ) .....	130
<b>Note sugli autori e sulle autrici .....</b>	<b>143</b>

## Presentazione

“Nessuna scienza è isolabile da tutte le altre [...] nessuna scienza appartiene soltanto a se stessa, in quanto il suo divenire è, in ogni momento, solidale con il divenire generale del sapere, al quale è legata dalla reciprocità dei significati, dei valori, degli schemi offerti e assorbiti. Perciò lo specialista che conosce soltanto la sua specializzazione e la rinchiude su se stessa non conosce affatto la sua specializzazione”: questa affermazione di Georges Gùsdorf<sup>1</sup> sembra tagliata su misura per il Dottorato in Human and Social Sciences del Dipartimento di Storia, Società e Studi sull’uomo. Il Dottorato dal 2017 punta a costruire un dialogo tra dottorandi e dottorande dei tre curricula che lo compongono (storico-geografico, politico-sociale, psico-pedagogico), coinvolgendo un pubblico più ampio attraverso un workshop su un tema trasversale, di anno in anno diverso<sup>2</sup>, al fine di generare sguardi ibridati tra teoria e prassi, tra scienze e sensibilità differenti per ampliare gli orizzonti di ricerca coltivati individualmente nel proprio specifico progetto di ricerca triennale.

Il workshop del 2020, dedicato alla *Comunicazione*, si è svolto presso l’Università del Salento il 15 e 16 ottobre e ha coinvolto 17 dottorandi/e attraverso tre sessioni di lavoro.

La prima (*Comunicazione e nuovi media*) indaga il salto di paradigma determinato dai media elettronici e dalle piattaforme digitali in ogni ambito sociale della contemporaneità. Il digitale connesso si articola in una molteplicità di forme: da quelle più evidenti e discusse generate dall’uso di massa dei social network - come la garanzia di una stabile connessione sociale nel periodo della pandemia (si veda il contributo di Simone Rollo *Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19*), o, al polo opposto, l’esplosione della violenza virtuale contro categorie sociali vulnerabili (come emerge dalla ricerca di Serena Verbena *ODIO 2.0: una prospettiva psicosociale sui processi di radicalizzazione online*) - fino a

---

<sup>1</sup> *Introduzione alle scienze umane*, Bologna, il Mulino, 1972, pp. 14 e 18.

<sup>2</sup> I temi indagati nei precedenti workshop sono stati i seguenti: *Beni comuni* (2017), *La differenza come risorsa* (2018), *Emozioni* (2019).

quelle che si spingono all'innovazione delle pratiche mediche e terapeutiche (cfr. il saggio di Luca Benvenga *Salute, proattività e tecnologie digitali*).

La seconda sessione (*Comunicazione e processi produttivi*) intende esplorare i nuovi rapporti tra informazione, produzione e consumo, con particolare riguardo ai processi comunicativi nell'ambito del sistema agroalimentare, cui sono dedicati il saggio di Roberto F. Greco *Sul 'potenziale ecologico' della comunicazione nei sistemi agroalimentari. Appunti preliminari sul concetto di 'comunicazione agroecologica'* e quello di Sara Nocco *Alternative Food Networks (AFN) e comunicazione virtuale: il caso della rete Salento km0*.

La terza sessione (*Narrazioni umane e comunicazione*) esplora la narrazione come strumento di interpretazione, comprensione e ricostruzione della realtà tanto del singolo che della comunità. In tale prospettiva il pensiero narrativo è pratica umana inevitabile, ma è anche modello di ricerca scientifica valido per i diversi campi del sapere e per dare senso all'esperienza. I contributi presentati offrono poliedriche prospettive di espressione di tale modello di studio e di comprensione critica della realtà umana e sociale nella quale lo spazio comunicativo costituisce il luogo dell'incontro tra soggetto e oggetto (come nel saggio di Chiara Agagiù *Comunicare e Curare. Dall'Autoreferenzialità del Sintomo alla Dialettica del Desiderio*), tra attori e politica (cfr. il contributo di Michele Pieroni *Alla conquista del Parlamento europeo. Strategie comunicative e campagne elettorali del PCI durante le elezioni europee del 1979 e del 1984*), tra artisti e comunità - nei lavori di Francesca Maria Fiorella *Narrare lo spazio fisico e sociale: arte pubblica e metamorfosi del margine. Il caso studio del progetto di arte muraria nel quartiere 167 b/ San Giovanni Battista di Lecce* e di Patrizia Miggiano «*Così e non diversamente*». *Comunicare il territorio attraverso il cinema documentario: uno sguardo sul Rione Traiano di Selfie (A. Ferrente, 2019)* – e, infine, tra progettisti e utenti (cfr. il saggio di Chiara Vacirca *Le forme collaborative di comunicazione del co-design e l'interazione con le scienze sociali: l'invenzione di un cultural probe come caso studio*).

Il volume, composto da 10 saggi che costituiscono solo una parte dei contributi discussi nel workshop, attesta la vivacità delle riflessioni sul tema presenti nelle discipline storiche, geografiche, giuridiche, sociologiche,

pedagogiche e psicologiche e tramite l'open access consente di rendere disponibili tali prodotti della ricerca alla comunità globale, scientifica e non, per divulgare le prospettive di sviluppo delle proposte di cui il Dottorato si è fatto incubatore.

I curatori

Stefano Cristante, Stefania Pinnelli, Antonella Rinella

### **I Sessione *Comunicazione e nuovi media***

I media elettronici e le piattaforme digitali rappresentano un salto di paradigma avvertito in ogni ambito sociale della contemporaneità. Il digitale connesso si articola in una molteplicità di forme: da quelle più evidenti e discusse generate dall'uso di massa dei social network, a quelle che si spingono all'innovazione delle pratiche mediche e terapeutiche.

L'impressione è che la ricerca sociale su questi temi avvenga mentre il treno è in corsa, con ulteriori accelerazioni anche extra-tecnologiche. È il caso dei cambiamenti indotti dalla pandemia del Covid-19, contesto privilegiato per interpretare il cambiamento in atto.

**Chair:** Stefano Cristante

**Discussant:** Sarah Siciliano, Luigi Spedicato

## **Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19**

Simone Rollo

**Online worlds and pandemic scenarios. The meaning of online communication during the first lockdown in Italy due to COVID-19.** *Considering physical distancing as a strategy for contrast COVID-19 and the widespread use of technology as an integral part of daily life, various technological devices have provided a basis for maintaining social connections with friends, family, work and community networks during the lockdown. This work aims to explore the meaning attributed to online communication during the first lockdown in Italy. A sample of adolescents and young adults was selected – as the segment of population most involved in the use of technology – who were asked to respond in a narrative and free way to the stimulus "Being online at the time of Covid-19...". A qualitative multi-judge analysis allowed to identify five categories that organize narratives on online communication: (1) Differences between online and offline communication, (2) instrumental function of online communication, (3) specific tools of online communication, (4) emotions linked to online communication, (5) online communication as disinformation. The reference to communicating online is mainly represented in terms of the need to stay "in touch" in a situation of isolation. The results allow us to recognize different meanings associated with online communication and to develop, in a semiotic and cultural perspective, a broader reflection on the modalities of coexistence in a critical scenario.*

**Keywords:** Online communication, Internet use, narratives, meaning, COVID-19.

### *Introduzione*

La pandemia dovuta a COVID-19 ha avuto nell'arco di pochi mesi la sua massima diffusione a livello mondiale. Alcuni Paesi, tra cui l'Italia, hanno registrato il più alto numero di contagi con relativi decessi (Lagi et al., 2020). Durante i primi mesi del 2020, a partire dal 21 febbraio con il primo caso registrato in Lombardia, nuovi focolai e numerosi contagi sono stati riportati con cadenza quasi giornaliera. L'esperienza della precedente SARS nel 2003 e dell'Influenzavirus H1N1 nel 2009 aveva dimostrato che il distanziamento fisico poteva essere un'efficace strategia di contenimento (Watkins, 2020), metodo questo utilizzato dai Governi di tutti i paesi per il COVID-19 (Hellewell et al., 2020). In Italia, a marzo 2020, è stato attivato il primo lockdown che ha visto l'isolamento dell'intero Paese: era possibile allontanarsi dalla propria abitazione solo per comprovati bisogni di prima necessità e solo se provvisti di adeguata mascherina e guanti (es. fare la spesa, andare in farmacia, recarsi dal medico...), lezioni a scuola e all'università erano sospese, viaggi e altri spostamenti completamente bloccati, esercizi professionali aperti solo se di prima necessità, quindi teatri, cinema, bar e altri luoghi di socializzazione, svago e incontro totalmente chiusi.

I numerosi studi già pubblicati evidenziano l'impatto che tale scenario porta sulla salute psicosociale, come già registrato in precedenti pandemie. A livello individuale sono comuni sintomi di ansia e depressione (Hawryluck et al., 2004; Tucci et al., 2017), elevati livelli di stress (Di Giovanni et al., 2004) e difficoltà ad addormentarsi (Lee et al., 2005), sintomi esacerbati soprattutto dalla quarantena stabilita per contenere il contagio. Con specifico riferimento al contesto italiano, Gualano e colleghi (2020), esaminando un campione adulto di 1515 persone durante il lockdown, hanno riscontrato elevati livelli di depressione, ansia e disturbi del sonno. A livello relazionale e sociale si registra la paura della malattia e l'ansia per il contagio, elementi di stress e tensione dovuti anche alla diffusione di fake news e notizie non sempre attendibili (Dong & Bouey, 2020). Uno studio recente di Wheaton e colleghi (2020) evidenzia ad esempio come l'utilizzo di media legato alle informazioni sul COVID-19 aumenti i livelli di ansia per la malattia e come a sua volta una maggiore suscettibilità emotiva al contagio sia associata a più alti livelli di depressione, ansia, stress e sintomi ossessivo-compulsivi.

Senza dubbio, una differenza importante tra lo scenario COVID-19 e le precedenti esperienze di pandemia è il significativo aumento dell'uso di piattaforme social (Gabbiadini et al., 2020), connesso all'attuale diffusione della tecnologia, accessibile a chiunque. Vari dispositivi tecnologici hanno fornito una base per mantenere connessioni sociali con amici, familiari, reti lavorative e comunitarie (Marston et al., 2020). La tecnologia si è offerta come un mezzo per affrontare l'isolamento, dovuto alle misure di distanziamento, e il repentino mutare degli scenari di vita quotidiana. In tal senso, Internet e la tecnologia – già strumenti integrativi della vita quotidiana (Marston et al., 2019) – si sono configurati come prime necessità per la vita durante il lockdown, divenendo principali strumenti e modalità per “stare insieme” (Nabity-Grover et al., 2020).

D'altra parte, come sottolineato da altri autori (Waytz & Gray, 2018), la tecnologia può essere contemporaneamente sia uno strumento di “connessione” che di “separazione”, avere, cioè, una “doppia faccia”. Nella letteratura recente, è possibile infatti riscontrare lavori di ricerca che sottolineano ora l'uno, ora l'altro volto. L'impatto positivo di Internet durante il lockdown è evidenziato ad esempio da Garfin (2020) che pone l'accento sul ruolo del supporto sociale durante i periodi

di stress, inclusi i traumi collettivi proprio come il Covid-19 ed evidenzia come la ricerca abbia registrato una relazione significativa tra l'uso delle videochiamate, la riduzione di stati di depressione e solitudine, e l'aumento dei livelli di supporto sociale. I dispositivi elettronici hanno favorito sia momenti di condivisione che la continuità rispetto alla possibilità di svolgere le proprie attività quotidiane. Sul versante opposto, tra gli altri, Boursier e colleghi (2020), in uno studio su campione di adulti italiani, riscontrano una relazione tra sentimenti di solitudine percepiti e uso eccessivo dei social media in associazione all'aumento dei livelli di ansia. In tal senso, gli autori suggeriscono che l'isolamento probabilmente rafforza il senso di solitudine tanto da spingere gli individui a far parte di comunità virtuali con un accesso facilitato e prolungato sui social media capace di aumentare ulteriormente l'ansia, suggerendo un funzionamento a "circolo vizioso". Ad oggi, sono pochi gli studi che hanno provato ad esplorare il significato che le persone hanno attribuito alla tecnologia durante la pandemia da COVID-19 (cfr. Fasanelli et al., 2020; Jaspal & Nerlich, 2020), ancor più il significato attribuito alla comunicazione online, unica formula per essere in-contatto.

Il presente studio si propone di indagare cosa abbia significato per le persone ricorrere alla tecnologia per comunicare. In particolare, il lavoro insiste su un campione di adolescenti e giovani adulti, quale fascia di popolazione maggiormente implicata nell'uso della tecnologia (Subrahmanyam & Greenfield, 2008; Valkenburg & Peter, 2009).

Il lavoro si iscrive in un framework teorico di tipo semiotico e culturalista (Linell, 2009; Salvatore & Venuleo, 2013, Valsiner, 2001) che riconosce il ruolo del significato e la natura sociale, situata ed intersoggettiva della cognizione e azione umana. In tale prospettiva, le persone interpretano quanto accade nella propria vita, gli scenari entro cui azioni e pensieri si sviluppano, sulla base di un repertorio simbolico che funge da dispositivo emotivo e dinamico attraverso cui leggere il proprio mondo sociale (Salvatore & Venuleo, 2009). Tale dispositivo è dinamico in quanto prodotto da scambi relazionali tra le persone e allo stesso tempo produttore di senso tra tali scambi; è emotivo in quanto attraversato da componenti affettive che funzionano su elementi generalizzati della realtà, ovvero tali significati non riguardano un oggetto singolo e discreto della realtà, ma un campo di

esperienza impregnata di emotività che orienta il processo di interpretazione e significazione (Picione & Freda, 2012; Salvatore & Freda, 2011).

### *Obiettivi e ipotesi*

Lo studio ha l'obiettivo di esplorare i significati associati alla comunicazione online durante la pandemia. Si ipotizza che siano presenti diversi modi di significare la comunicazione online e che questi possano essere riflesso di un modo più generale di vivere la pandemia.

### *Metodologia*

#### *Procedura*

Il lavoro è parte di un progetto più ampio che mirava ad indagare l'uso della rete durante il periodo di pandemia. A tal fine, è stato somministrato un questionario attraverso la piattaforma "Microsoft Forms" con link condiviso sulle reti Social e private. Il questionario presentava il seguente stimolo aperto "Essere online ai tempi del Covid-19...", cui si chiedeva di rispondere in maniera narrativa e libera. L'idea di fondo è che, nella sua forma aperta, lo stimolo potesse facilitare l'espressione dei codici simbolici dei partecipanti e connessi sentimenti, convinzioni, atteggiamenti e motivazioni sul tema (Donoghue, 2000).

#### *Campione*

Dallo studio generale sono stati raccolti 635 testi, di cui selezionati e analizzati solo 102 risposte di adolescenti e giovani adulti ( $M_{età} = 22,70$ ;  $DS = 2,687$ ) che facevano esplicito riferimento al tema "La comunicazione durante la pandemia".

#### *Analisi dati*

L'analisi delle risposte è stata svolta in due principali passaggi da tre giudici. Il primo step riguardava la selezione dei testi: i giudici in maniera autonoma hanno selezionato quelli che facevano esplicito riferimento alla comunicazione online. Dopo un confronto sui testi selezionati e quindi in base all'accordo sull'inclusione di questi nell'analisi, si è passati al secondo step che prevedeva la categorizzazione

dei testi, intesa come individuazione dei loro principali contenuti tematici (ovvero, *di cosa si parla?*). A seguito di tale lavoro, un ulteriore confronto tra i giudici ha permesso il consolidamento delle categorie a cui assegnare ogni singola risposta.

### *Risultati*

Sono state rilevate ed estratte cinque categorie riguardanti la comunicazione online.

### *Differenze tra comunicazione online e offline*

In parte dei testi selezionati, si è risposto allo stimolo focalizzando le differenze tra la comunicazione online e offline. Da un lato, la comunicazione online viene riconosciuta come risorsa, in quanto permette di vedersi ed essere connessi con gli altri; dall'altra se ne riconoscono i limiti, evidenziando la mancanza di una "profondità" nella comunicazione, ovvero quella dimensione che rende la connessione più umana dandone valore di relazione. In questo senso, si tende a guardare alla comunicazione in remoto in termini di "scarto", di differenza critica rispetto ad una comunicazione consentita e accessibile prima della pandemia. Comunicare online come qualcosa che ribadisce la rottura della normalità pre-pandemica.

È tutto asettico. La voce e la faccia del tuo amico, o di tua madre su una diretta Skype corrispondono a quelle reali, ma è tutto così piatto.

In un momento di isolamento come quello che ci siamo trovati ad affrontare essere online può da un lato manifestare la sua effettiva potenzialità di mettere e mantenere in contatto gli individui ma al contempo mostrare le insufficienze di un sistema che si sta piano piano schiacciando solo sul virtuale, tralasciando la concretezza del momento e della presenza fisica degli affetti.

Ci dà la possibilità di restare in contatto con i nostri affetti per quanto non sia sicuramente paragonabile alla presenza fisica.

Come saremmo rimasti in contatto con i nostri amici? Personalmente mi ha fatto capire l'importanza delle persone, degli amici e del contatto; ma da un computer è tutto più difficile, non riusciamo a capire veramente cosa prova o come si sente la persona con cui parli.

È una situazione complessa. Da un lato è positiva, perché permette comunque a tutti di essere collegati. Ovviamente l'altro lato della medaglia, è la mancanza di toccar con mano le persone, ed è un asettico molto forte e difficile.

Indubbiamente uno schermo non può sostituire un corpo, un emoticon non può sostituire un sorriso reale, ma nell'attesa di un abbraccio, meglio una videochiamata online che il nulla.

#### *Funzione strumentale della comunicazione online*

Sotto questa categoria rientrano le parti di testo in cui si riconosce la funzione pragmatica della comunicazione online, riconosciuta nel periodo di lockdown come un'opportunità ed una soluzione per rimanere in contatto con gli altri (familiari, parenti, amici, lavoro, mondo "esterno" più in generale...).

È utile perché mi permette di mantenere i contatti con i miei cari.

Mi viene in mente che negli ultimi mesi la nostra vita si è basata solo sulla comunicazione online, a partire dalla scuola, piuttosto che il lavoro, così come per le amicizie o per comunicare con i familiari.

Ci permette di continuare le nostre attività, di rimanere in contatto con amici e parenti.

È un modo per tenersi in contatto con amici, parenti, affetti in generale, o qualsiasi persona si abbia voglia di sentire. È un modo per rimanere in qualche modo connessi con il resto del mondo, nonostante non sia possibile uscire di casa. Significa avere la possibilità di accedere ad informazioni.

Se il termine online si estende anche a tipi di comunicazione che prevedono l'accesso ad Internet (WhatsApp, Skype, ad esempio) allora per me sono stati fondamentali. Non c'è nulla di più importante che la comunicazione visiva e non verbale. In un tempo che non permette il contatto, almeno ho potuto parlare, seppure a distanza, con i gesti e gli sguardi, oltre con le parole, ad un certo punto diventate fin troppe.

Sentirsi più vicini con amici e famigliari che non si possono vedere. Fare nuove conoscenze, riallacciare i rapporti con persone che si erano allontanate o rafforzare un rapporto.

### *Strumenti specifici della comunicazione online*

I testi in questa categoria si focalizzano sul “mezzo”, lo strumento specifico, che si utilizza per comunicare. Si fa netto riferimento al nome di applicazioni e dispositivi, come se il significato di utilizzo risiedesse nei dispositivi stessi. La narrazione, quasi asettica, fa pensare a un rapporto sclerotizzato con la tecnologia, non ulteriormente raccontabile/rappresentabile. È plausibile che il significato (es. rimanere in contatto con gli amici) venga trattato come scontato perché così vissuto durante la pandemia, dato il distanziamento fisico imposto.

Personalmente ho ripreso rapporti con vecchi amici grazie a MOBA, una tipologia di giochi online e allo stesso tempo si sono escluse tutte quelle persone che oggi non hanno un PC.

Le relazioni sono qui, il mio cellulare racchiude la mia rete di supporto sociale organizzata in chiamate ZOOM per gruppi ordinati e distinti.

Mi vengono in mente le videochiamate con gli amici.

Usare tanto WhatsApp per restare in contatto con amici e familiari, così come le videochiamate oltre che i messaggi. Le videochiamate anche su ZOOM per riunire più persone.

Penso a tutti quegli strumenti virtuali che, attraverso Internet, ci hanno permesso di avere una comunicazione il più simile possibile a quella reale.

Videochat con amici e parenti, intrattenimento (es. social network).

Le videochiamate con gli amici e i social che sicuramente occupavano una buona fetta di tempo (Instagram e Facebook).

### *Emozioni legate alla comunicazione online*

In questo caso si risponde allo stimolo condividendo i vissuti emotivi legati all'essere connessi con familiari, amici e – in generale – con il mondo esterno attraverso la comunicazione Internet mediata. A questa vengono associate una variabilità di emozioni che vanno da quelle più positive, come ad esempio la possibilità di dimenticare l'evento minacciante, a quelle più negative come ansia, distacco dalla realtà, nostalgia, senso di vicinanza, solitudine.

È utile perché mi permette di mantenere i contatti con i miei cari, ma contribuisce anche a aumentare la mia ansia.

I contatti tramite applicazione che siano a scopo lavorativo, universitario, o di semplice svago ci fanno distaccare dalla realtà, sembra di stare in una bolla.

A mio parere è un'arma a doppio taglio perché costantemente le persone, ad esempio sui social, postano ricordi di quello che facevamo prima del lockdown quindi involontariamente vorresti la vita che avevi e avere la libertà di prima ma la realtà è un'altra e devi riuscire ad accettarla, vivere nel presente.

Significa essere più vicini, anche se distanti alle persone che amiamo e vogliamo bene ma che non possiamo vedere.

Mediante il ricorso alle piattaforme social offre da un lato l'opportunità di arginare parzialmente il vissuto di solitudine, garantendo al tempo stesso l'illusoria sensazione di circondarsi ed essere circondati da una qualche forma di calore e vicinanza umana.

La connessione al mondo dei social e la possibilità di comunicare telematicamente con i propri affetti che riduce il profondo senso di isolamento sociale che inevitabilmente si prova in circostanze come questa.

Penso che ogni tanto, grazie alla possibilità che la tecnologia ci offre di vederci anche a km di distanza, possiamo per un attimo scordarci di quello che ci circonda e delle difficoltà che stiamo attraversando e chiacchierare con chi amiamo quasi con normalità.

### *Comunicazione online come disinformazione*

I testi connotano la comunicazione come veicolo di informazioni e diffusione di notizie. Alcuni testi mettono in risalto le “fake news” evidenziando un senso di diffidenza, altri – solo pochi – fanno riferimento alla possibilità di essere informati in generale, tanto da essere in contatto e aggiornati con ciò che accade “fuori” dalle proprie mura domestiche.

Una maggiore proliferazione di fake news, che passano da un utente all'altro tramite link falsi su Facebook o catene di WhatsApp.

È necessario stare veramente attenti nel filtrare le notizie. Inoltre, ritengo opportuno concedersi uno spazio che non sia online, per evitare un carico eccessivo di informazioni che possono creare sconforto e panico.

Bisogna stare attenti alla disinformazione date le numerose notizie false, ma in compenso è un modo comodo per cercare e rimanere sempre aggiornati dato che le notizie sono aggiornate ogni secondo praticamente.

Il rischio è quello di informarsi da fonti non attendibili e cedere alle fake news.

Mi rendo conto che molto spesso vengono diffuse fake news.

Mi ha portata ad informarmi quotidianamente sulle notizie, sulle informazioni del giorno, sui dibattiti e sull'opinione pubblica.

### *Discussione*

I risultati evidenziano diversi modi di connotare la comunicazione online durante la pandemia COVID-19.

Da una parte emergono dimensioni prettamente funzionali/strumentali che rispondono al bisogno pratico di interazione sociale e contatto con il mondo, seppur riconoscendone alcuni limiti. Questa necessità è stata associata sia a questioni lavorative che di intrattenimento/tempo libero e contatto con familiari e amici. Tale risultato sembra richiamare gli studi che registrano un cambiamento nelle modalità comunicative durante il lockdown. Nability-Grover, Cheung e Thatcher (2020) affermano che la pandemia ha cambiato il modo in cui le persone interagiscono. Tale cambiamento ha prodotto una crescita esponenziale dell'uso di piattaforme destinate alla comunicazione ed è questo il segno di tale cambiamento: l'incremento delle piattaforme destinate alla video-comunicazione (Holmes, 2020; Wang, Joseph & Chuma, 2020), ossia dispositivi che se prima non conosciuti, ora facilitano il rapporto tra persone anche a grandi distanze e potrebbero rappresentare un'alternativa alla gestione dei rapporti in situazioni di distanza non necessariamente legate a pandemia o ad altri motivi di salute.

Dall'altra parte sono presenti dimensioni più emotive legate alla comunicazione, vissuta come modalità per evadere dalla solitudine, dall'isolamento e fuggire da una realtà scoraggiante. Courtet e colleghi (2020) hanno suggerito che la solitudine è stata una delle principali condizioni di malessere vissute durante il lockdown. L'isolamento, la perdita delle abitudini, il ridotto contatto sociale e fisico, sono stati la principale causa di sentimenti quali noia, frustrazione, solitudine dal resto del mondo. In generale, elementi che generano stress. Brooks e colleghi (2020) evidenziano come sia necessario ritrovare la propria rete sociale, seppur attraverso la comunicazione online, per ridurre i livelli di ansia e stress dovuti all'isolamento. Questo risultato può essere commentato nella logica di un modello compensativo: comunicare online per compensare il malessere psicosociale (Manuell & Cukor, 2011).

In ultimo, un ulteriore forma di contatto è stata vista nella possibilità di rimanere aggiornati su quanto accadeva nel mondo esterno, anche se le risposte date richiamano una forma di diffidenza nei confronti delle notizie. Questo risultato

evidenzia un elemento importante della pandemia: quanto è stato definito come “infodemia” (Brennen et al., 2020). Si è registrato un proliferare di disinformazione riguardante il COVID-19, soprattutto attraverso i social media (Pennycook et al., 2020). Si tratta di un risultato che spinge verso una riflessione più ampia e duplice: se da una parte, si registra un atteggiamento di diffidenza verso le notizie condivise dai social, richiamando un contesto di cui non potersi fidare, dall’altra, tale postura di diffidenza potrebbe essere interpretata come risposta adattiva generata dal forte stress connesso all’incertezza e centrata principalmente sulla paura in un contesto “minacciante” (Venuleo et al., 2020).

### *Conclusione*

I risultati confermano la presenza di più significati associati alla comunicazione online entro uno scenario descritto come critico e minacciante. Da tali significati emerge in maniera trasversale un senso di rottura, ora nel confrontare la comunicazione online con quella offline, ora nell’individuare la comunicazione mediata da Internet come modo per difendersi da una quotidianità mutata. Le narrazioni evidenziano una centratura dei discorsi sull’intorno relazionale più prossimale, quasi scotomizzando qualsiasi discorso invece sul contesto sociale più ampio: non si fa cenno a morti e feriti giornalmente registrati, né ad inclinazioni e deficit economici o perdite del lavoro. È come se ci fosse uno spazio prossimale a cui affidarsi per fuggire/combattere uno spazio esterno minacciante e pericoloso. Alcuni rispondenti parlano di strumenti per comunicare come se la funzione della comunicazione, ovvero la relazione, passasse attraverso il mezzo, eliminando qualsiasi contorno sociale a questa descrizione. Tale contesto sembrerebbe talmente minacciante che chi risponde tende a tenerlo fuori dal proprio discorso, come se ci fosse alla base un meccanismo di difesa psicologico basato sul pensiero magico, dove non parlarne significa evitare di vivere il disagio e quindi tentare – seppur inconsciamente – di conservare, ritrovare o ricostruire una qualche forma di normalità nella vita quotidiana compromessa dalla pandemia legata a COVID-19.

### **Riferimenti bibliografici**

- Boursier, V.; Gioia, F.; Musetti, A.; Schimmenti, A., 2020, "Facing loneliness and anxiety during the COVID-19 isolation: the role of excessive social media use in a sample of Italian adults", in «Frontiers in Psychiatry», 11.
- Brennen, J. S.; Simon, F.; Howard, P. N.; Nielsen, R. K., 2020, Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation, in «Reuters Institute», 7, pp. 3-1.
- Brooks, S. K.; Webster, R. K.; Smith, L. E.; Woodland, L.; Wessely, S.; Greenberg, N.; Rubin, G. J., 2020, "The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence", in «The Lancet».
- Courtet, P.; Olié, E.; Debien, C.; Vaiva, G., 2020, "Keep socially (but not physically) connected and carry on: preventing suicide in the age of COVID-19", in «The Journal of clinical psychiatry», 81(3).
- Di Giovanni, C.; Conley, J.; Chiu, D.; Zaborski, J., 2004, "Factors influencing compliance with quarantine in Toronto during the 2003 SARS outbreak", in «Biosecurity and bioterrorism: biodefense strategy, practice, and science», 2(4), pp. 265-272.
- Dong, L.; Bouey, J., 2020, "Public mental health crisis during COVID-19 pandemic, China", «Emerging infectious diseases», 26(7), pp. 1616.
- Donoghue, S., 2000, "Projective techniques in consumer research", in «Journal of Consumer Sciences», 28.
- Fasanelli, R.; Piscitelli, A.; Galli, I., 2020, "Social Representations of Covid-19 in the framework of Risk Psychology", in «Papers on Social Representations», 29(2), pp. 8-1.
- Gabbiadini, A.; Baldissarri, C.; Durante, F.; Valtorta, R.; De Rosa, M.; Gallucci, M., 2020, "Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy", in «Frontiers in psychology», 11, pp. 2763.
- Garfin, D. R., 2020, "Technology as a coping tool during the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic: Implications and recommendations", in «Stress and Health», 36(4), pp. 555-559.
- Gualano, M. R.; Lo Moro, G.; Voglino, G.; Bert, F.; Siliquini, R., 2020, "Effects of Covid-19 lockdown on mental health and sleep disturbances in Italy", in «International journal of environmental research and public health», 17(13), pp. 4779.
- Hawryluck, L.; Gold, W. L.; Robinson, S.; Pogorski, S.; Galea, S.; Styra, R., 2004, "SARS control and psychological effects of quarantine, Toronto, Canada", in «Emerging infectious diseases», 10(7), pp. 1206.
- Hellewell, J.; Abbott, S.; Gimma, A.; Bosse, N. I.; Jarvis, C. I.; Russell, T. W., Munday, J. D., Kucharczuk, A. J., & Edmunds, W. J., 2020, "Feasibility of controlling COVID-19 outbreaks by isolation of cases and contacts", in «The Lancet Global Health».
- Holmes, R., 2020, "Is COVID-19 social media's levelling up moment?", Forbes, 24.04.2020, <https://www.forbes.com/sites/ryanholmes/2020/04/24/is-covid-19-social-medias-levelling-up-moment/#32e022256c60>; ultimo accesso 09.09.2020.
- Jaspal, R.; Nerlich, B., 2020, "Social representations, identity threat, and coping amid COVID-19", in «Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy», 12(S1), S249.

- Lagi, F.; Piccica, M.; Graziani, L.; Vellere, I.; Botta, A.; Tilli, M., Ottino, L., Borchì, B., Pozzi, M., Bartalesi, F., Mencarini, J., Spinicci, M., Zammarchi, L., Pieralli, F., Zagli, G., Nozzolo, C., Romagnoli, S., Bartoloni, A., & Cocora Working Group, 2020, “Early experience of an infectious and tropical diseases unit during the coronavirus disease (COVID-19) pandemic, Florence, Italy, February to March 2020. *Eurosurveillance*, 25(17), 2000556.
- Lee, S.; Chan, L. Y.; Chau, A. M.; Kwok, K. P.; Kleinman, A., 2005, “The experience of SARS-related stigma at Amoy Gardens”, in «Social science & medicine», 61(9), pp. 2038-2046.
- Linell, P., 2009, “Rethinking language, mind, and world dialogically”, in «Greenwich, CT: Information Age Publishing».
- Manuell, M. E.; Cukor, J., 2011, “Mother Nature versus human nature: public compliance with evacuation and quarantine”, «Disasters», 35(2), pp. 417-442.
- Marston, H. R.; Genoe, R.; Freeman, S.; Kulczycki, C.; Musselwhite, C. (2019). “Older adults’ perceptions of ICT: Main findings from the Technology in Later Life (TILL) study”, in «Healthcare», 7(3), pp. 1-27.
- Marston, H. R.; Musselwhite, C.; Hadley, R. A., 2020, “COVID-19 vs Social Isolation: the impact technology can have on communities, social connections and citizens”, in «The British Society of Gerontology».
- Nabity-Grover, T.; Cheung, C. M.; Thatcher, J. B., 2020, “Inside out and outside in: How the COVID-19 pandemic affects self-disclosure on social media”, «International Journal of Information Management», 55, pp. 1-5.
- Pennycook, G.; McPhetres, J.; Zhang, Y.; Lu, J. G.; Rand, D. G., 2020, “Fighting COVID-19 misinformation on social media: experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention”, in «Psychological science», 31(7), pp. 770-780.
- Picione, R. D. L.; Freda, M. F., 2012, “Senso e significato”, in «Rivista di Psicologia Clinica», (2).
- Salvatore, S.; Freda, M. F., 2011, “Affect, unconscious and sensemaking. A psychodynamic, semiotic and dialogic model”, in «New ideas in psychology», 29(2), pp. 119-135.
- Salvatore, S., & Venuleo, C. (2009). The unconscious as symbol generator: A psychodynamic-semiotic approach to meaning-making. In *Symbolic Transformation* (pp. 79-94). Routledge.
- Salvatore, S.; Venuleo, C., 2013, “Field and dynamic nature of sensemaking. Theoretical and methodological implications”, in «Papers on Social representations», 22(2), pp. 21-1.
- Subrahmanyam, K.; Greenfield, P., 2008, “Online communication and adolescent relationships”, in «The future of children», pp. 119-146.
- Tucci, V.; Moukaddam, N.; Meadows, J.; Shah, S.; Galwankar, S. C.; Kapur, G. B., 2017, “The forgotten plague: psychiatric manifestations of Ebola, Zika, and emerging infectious diseases”, in «Journal of global infectious diseases», 9(4), pp. 151.
- Valkenburg, P. M.; Peter, J., 2011, “Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks”, in «Journal of adolescent health», 48(2), pp. 121-127.

- Valsiner, J., 2001, "Process structure of semiotic mediation in human development", in «Human Development», 44(2-3), pp. 84-97.
- Venuleo, C.; Gelo, C. G. O.; Salvatore, S., 2020, "Fear, affective semiosis, and management of the pandemic crisis: Covid-19 as semiotic vaccine?", in «Clinical Neuropsychiatry», 17(2), pp. 117-130.
- Venuleo, C.; Guidi, M., 2016, "Seeking for "otherness". Training to the reflexive Competence, in «Reflexivity and Psychology» (pp. 245–271). Information Age Publishing
- Wanga, H.; Joseph, T.; Chuma, M. B., 2020, "Social Distancing: Role of Smartphone During Coronavirus (COVID-19) Pandemic Era", «International Journal of Computer Science and Mobile Computing», 9(5), pp. 181-188.
- Watkins, J., 2020, Preventing a covid-19 pandemic. *BMJ*. 368. p. m810.
- Waytz, A.; Gray, K., 2018, "Does online technology make us more or less sociable? A preliminary review and call for research", in «Perspectives on Psychological Science», 13(4), pp. 473-491.
- Wheaton, M. G.; Prikhidko, A.; Messner, G., 2020, "Is fear of COVID-19 contagious? The effects of emotion contagion and social media use on anxiety in response to the coronavirus pandemic", in «Frontiers in psychology», 11, pp. 3594.

## **ODIO 2.0: una prospettiva psicosociale sui processi di radicalizzazione online**

Serena Verbena

**Hate 2.0: a psychosocial perspective on online radicalization's process.** *Hate spreads online against vulnerable social groups and minorities, targeted for their socioeconomic status, gender, sexual orientation, or their ethnic and cultural identities (Vox Diritti, 2019). ICT - Information and Communication Technologies - and social media platforms especially represent a new fertile ground for the spreading of extremist and radicalized views, which legitimize forms of discrimination, violence or revenge, and foment prejudice, hatred and exclusion in offline contexts as well (Awan, 2014). The literature defines radicalization as a dynamic and composite process, characterized by a progressive and totalizing support for extremist beliefs, values and norms (Verkuyten, 2019). Radicalization emerges as a collective response in contexts of intergroup conflict in which both processes of polarization and politicization, along with those of identification with a group, play a determining role (van Stekelenburg et al., 2010). The contribution aims to offer an overview of key processes and psychosocial factors that the literature has identified as responsible for online radicalization.*

**Keywords:** Hate speech, online hate, radicalization, polarization, politicization, uncertainty.

### *Introduzione*

Stigma, pregiudizi, stereotipi, odio collettivo e conflitto intergruppi non rappresentano di certo un problema o un'emergenza sociale che affligge e caratterizza solo i nostri tempi. Oggetto di studio della psicologia sociale, che fin dai suoi prodromi ha cercato di scardinarne le radici e mitigarne gli effetti, atteggiamenti e comportamenti intergruppi di aperta o latente ostilità costellano, infatti, da sempre la storia delle relazioni umane. Ciò che vi è di nuovo, invece, è la dilagante, quanto preoccupante, facilità con cui questi stessi riescano ad attecchire nel terreno fertile del Web, che si presta, per sua stessa natura, alla creazione e disseminazione di una molteplicità infinita di contenuti, anche violenti, resi fruibili a milioni di utilizzatori più o meno consapevoli. E ciò è tanto più vero se si posa lo sguardo più attentamente sulla platea dei social network, piattaforme pensate con lo scopo di far connettere, far comunicare e collaborare milioni di persone e gruppi, in maniera rapida e agile. Anche in funzione dell'anonimato che garantiscono e della loro accessibilità (Christopherson, 2007) i social media possono agire come potenti strumenti di propagazione e casse di risonanza della violenza attraverso la condivisione di posizioni estremiste e aggressive (Muller & Schwarz, 2020).

L'obiettivo che si pone il contributo è quello far dialogare l'hate speech e l'estremismo online, due oggetti di studio, che, sebbene distinti, presentano punti di convergenza e similarità che la letteratura ha fino ad ora poco considerato (Gelber, 2019). Il contributo intende fornire una lettura psicosociale complessiva del fenomeno dell'hate speech online, qui inteso nei termini di discorso estremista e violento, e del processo di radicalizzazione, che si presuppone essere la dinamica fondamentale che sottosta e motiva il “flaming and blaming” degli ambienti virtuali. Verranno dunque passati in rassegna i fattori che la letteratura ha identificato come responsabili dell'estremismo, che fomentano l'odio e che impediscono la realizzazione di un'armoniosa convivenza sociale.

#### *Lessico familiare dell'ostilità*

Sebbene ancora oggi non esista una definizione consensualmente riconosciuta intorno alla quale accademici, policy makers e professionisti possano intendersi e confrontarsi, l'etichetta hate speech raccoglie un ampio spettro di espressioni linguistiche eterogenee (Brown, 2017), che si caratterizzano per essere estremiste, razziste, antisemite o che siano una manifestazione di antipatia o nemicalità nei confronti di un gruppo diverso dal proprio (Baldauf et al., 2019). L'hate speech infatti si scaglia contro individui o gruppi in ragione della loro appartenenza a categorie sociali o demografiche, che siano la nazionalità, l'etnia, la religione, o ancora l'orientamento sessuale e il genere (Bojarska, 2018). Almogar (2011) definisce l'hate speech come un discorso motivato da un bias, che adotta come suoi stereotipi e pregiudizi, apertamente ostile, malevolo e offensivo, intenzionalmente prodotto al fine di deumanizzare la vittima e generare in essa un senso di paura, di pericolo o di inadeguatezza (Dobosz, & Gierczyk, 2020). Le parole d'odio dunque perpetuano ideologie che promuovono l'odio razziale, l'intolleranza religiosa e legittimano l'utilizzo di potere e controllo sociale in maniera sistematica senza alcuna preoccupazione per i diritti della vittima o per l'ordine sociale: chi perpetra discorsi d'odio agisce in maniera dominante contro gruppi che considera subordinati (Perry, 2001) e che ritiene una minaccia (Awan & Blakemore, 2012). Generalmente, l'hate speech si manifesta attraverso alcuni tratti tipici. Fra questi, l'utilizzo di un lessico deumanizzante e dispregiativo, il

riferimento ai tratti stereotipici di un gruppo che ne giustificano l'attacco o il vilipendio, ed ancora l'utilizzo di un lessico che promuove la propria superiorità o quella del gruppo al quale si appartiene (Dobosz & Gierczyk, 2020). Sulla scorta di questo, le analisi dei contenuti dell'hate speech adoperato a fini propagandistici rendono evidente l'articolazione della retorica d'odio attraverso il ricorso a narrative di vittimizzazione ("la nostra identità è in pericolo/la nostra nazione è sotto attacco"), scenari di redenzione ("l'Italia agli italiani") o espressioni che soddisfino il bisogno di acquisire importanza agli occhi del gruppo ("sii un eroe, proteggi la tua nazione") (Baldauf et al., 2019). Ed ancora, l'hate speech degli estremisti di destra evidenzia tre componenti tipiche: la credenza di parlare in nome della volontà del popolo; l'opposizione alle élite, in particolare ai politici e ai media, percepiti come detrattori della democrazia; la legittimazione della discriminazione contro gli *out-group*, filtrata dalla retorica dell'incompatibilità culturale e delle ripercussioni negative sull'identità e le tradizioni nazionali (Muller & Schwarz, 2020).

L'hate speech può verificarsi nei contesti offline quanto in quelli online. L'odio che utilizza come strumento preferenziale le ICT, attraverso siti web, social media, chat rooms o comunità online, può essere categorizzato come "cyber harassment," "cyber bullying", "cyber abuse", "cyber incitement/threats" o "cyber hate" (Wall, 2001). Non solo. Nel dibattito odierno in tema di hate speech, i nuovi media occupano un posto preferenziale giacché costituiscono il nuovo terreno entro cui i conflitti si esacerbano e si propagano, grazie alla maggiore visibilità e riproducibilità del messaggio. A differenza dell'hate speech vis-à-vis, che si contraddistingue per la sua immediatezza, quello online può implicare attacchi tanto diretti quanto indiretti: diretti, attraverso il contenuto stesso delle espressioni verbali violente; indiretti perché legittimano terzi utenti a adoperare lo stesso tipo di linguaggio e a perpetrare l'odio (Chetty & Alathur, 2018).

### *Il fenomeno in Italia*

L'osservatorio italiano sui Diritti, VOX Diritti ([www.voxdiritti.it](http://www.voxdiritti.it)), ha di recente pubblicato la sua Mappa dell'Intolleranza, una rilevazione sistematica dei messaggi di odio pubblicati su Twitter in Italia tra marzo e maggio 2019. Il progetto

ha realizzato un'analisi semantica del contenuto di oltre due milioni di Tweet rilevati dai profili di più di ottocentomila utilizzatori del social media. Dai dati affiora un quadro più che allarmante e che mette in guardia, ancora una volta, su come i social media costituiscano veicoli preferenziali per l'incitamento all'odio e all'intolleranza, e quindi per la libera espressione dell'hate speech. A finire nell'occhio del mirino sono soprattutto categorie sociali fragili e minoritarie, flagellate per la loro provenienza etnica, il loro credo, il loro genere, o il loro orientamento sessuale. Nella mappa dell'intolleranza i bersagli privilegiati sono le donne, gli omosessuali, i migranti, i diversamente abili, i musulmani, gli ebrei. Sul totale dei tweet monitorati, aventi come oggetto focale una delle categorie sopracitate, almeno il 70% contiene contenuti violenti, aggressivi o vituperanti. Le donne rappresentano il gruppo maggiormente offeso, registrando un numero sorprendentemente alto di messaggi d'odio, il 60,4% sul totale dei tweet negativi rilevati; fanno seguito i migranti, con il 10,4%, le persone omosessuali con il 10,3%, le minoranze religiose, ovvero musulmani ed ebrei, con il 6,4% ciascuno, ed in ultimo, le persone affette da disabilità con il 6,1% (Lingiardi et al., 2019).

Quale lettura dare di un fenomeno che si presenta così pervasivo e violento? È possibile immaginare che gli utenti del Web agiscano così perché – in assenza di una chiara struttura e in assenza di un leader che li guidi e li sanzioni – diventano preda di primordiali istinti, soggetti di un contagio emozionale, irrazionale, e perdano cognizione e capacità di raziocinio? L'ipotesi di questo contributo si discosta da una lettura di questo genere e avanza l'idea, invece, che comportamenti violenti e espressioni di aperta conflittualità ai danni di categorie e soggetti deboli e vulnerabili trovino ragion d'essere in dinamiche di radicalizzazione.

Internet, e i social media ancor di più, costituiscono un palcoscenico preferenziale per osservare le dinamiche della radicalizzazione. Inoltre, l'evoluzione di internet e degli strumenti digitali sembrerebbe dimostrare che le ineguaglianze sociali che le persone vivono nella loro quotidianità si riproducono anche negli ambienti virtuali, rendendo Internet una trasposizione fedele della struttura stessa della società (Harmer & Lumsden, 2019). I risultati prima proposti che attingono ai report dei contenuti d'odio rintracciati in rete (Vox Diritti, 2019) ricostruiscono uno scenario tutt'altro che pacifico e ottimista, che sembrerebbe

strizzare l'occhio invece all'ipotesi secondo cui il mondo virtuale costituisca un veicolo che facilita la radicalizzazione delle opinioni, i loro toni estremisti e la crescente intolleranza verso l'altro. van Stekelenburg, Oegema e Klandermans (2010) sostengono infatti che l'assenza di meccanismi di controllo sociale incrementi nei contesti online forme comunicative estremiste e dunque la radicalizzazione dei dibattiti e degli scambi comunicativi.

### *“Flaming and Blaming”*

Il campo di ricerca sulla radicalizzazione affonda le sue radici all'indomani degli attacchi terroristici del 2001, laddove l'interesse per il fenomeno/processo della radicalizzazione era motivato dall'obiettivo di identificare tratti devianti di personalità a cui fossero da ascrivere le cause di azioni così virulente e immorali (Christmann, 2012). Oggigiorno il campo di ricerca della radicalizzazione riconosce che la sola presenza di disordini mentali non è sufficiente perché si sviluppino le condizioni per l'adozione di condotte o credenze radicali (Borum, 2011). Grazie agli studi classici degli anni '60 e '70 è noto che ogni persona, persino la più insospettabile, può trovarsi nelle condizioni di agire in maniera mostruosa, malevola o livorosa (si pensi tra questi studi ai celeberrimi esperimenti di Stanley Milgram sull'obbedienza all'autorità e a quelli di Philip Zimbardo sulla prigione di Stenford) (Zimbardo, 1970). Il processo della radicalizzazione infatti non si manifesta in un vacuum; per comprenderne appieno le dinamiche è necessario spostare lo sguardo dalle caratteristiche innate degli individuali a quelle delle interazioni tra individuo, gruppi e contesto sociale e rintracciare in queste stesse interazioni le motivazioni di un fenomeno così complesso (Ayanian et al., 2018). Di conseguenza, lo studio dei processi di radicalizzazione si è prontamente spostato dall'identificazione di quegli stati di patologia/anormalità dei singoli verso l'individuazione di generali meccanismi psicologici che operano invece nella popolazione in genere (Ozer & Bertelsen, 2018) e che si avvalgono di dinamiche individuali e sociali.

Ciò detto, la radicalizzazione appare un processo composito che porta in maniera progressiva a adottare come propri atteggiamenti, ideologie e azioni

estremiste (Ozer & Bertelsen, 2018). Prendendo a prestito le parole di Schmid (2013), la radicalizzazione è

un processo individuale o collettivo (ovvero di gruppo) in cui in circostanze di polarizzazione (anche politica), le consuete pratiche di dialogo, negoziazione e tolleranza tra attori, gruppi e/o categorie sociali o politiche con interessi e opinioni divergenti sono abbandonate, da una sola o entrambe le parti, in favore di un crescente coinvolgimento verso l'utilizzo di tattiche e strategie di conflitto (p. 18)

che possono essere apertamente violente, oppure non violente, nella forma dell'utilizzo della coercizione e della pressione verso l'altro.

Doosje et al. (2016) distinguono cinque differenti tipologie di estremismo: quello nazionalistico; di estrema destra; di estrema sinistra; legato ad un tema specifico (ad esempio, ambientalismo, femminismo, veganismo); a sfondo religioso. Sebbene il contenuto ideologico delle cinque categorie vari enormemente in funzione delle motivazioni politiche, sociali, religiose che si adducono, tutte posseggono tratti essenziali condivisi: un orientamento verso e un intenso desiderio di un cambiamento sociale totalizzante, che si manifesta attraverso una certa intolleranza verso lo status quo vigente e attraverso la legittimazione della violenza come efficace strumento per il perseguimento dell'obiettivo sociale desiderato (Doosje et al, 2016). Inoltre, Ozer e Bertelsen (2018) evidenziano come tutte le manifestazioni di estremismo siano caratterizzate e riconoscibili dalla credenza secondo cui i valori e le norme del proprio gruppo siano superiori rispetto a quelli dell'outgroup. L'adozione di questo bias di fatto crea una forte dicotomizzazione tra ingroup e outgroup, ovvero tra il Noi e il Voi, generando a sua volta forme di legittimazione dell'uso della violenza contro l'*outgroup*.

A tal proposito, tra le sue molteplici manifestazioni, un ulteriore variante della radicalizzazione è quella che prende forma nelle interazioni online attraverso la condivisione di contenuti violenti ed estremisti negli ambienti virtuali (Bermingham et al., 2009).

### *Fattori di rischio della radicalizzazione online*

Tra i fattori considerati responsabili della radicalizzazione è possibile rintracciare un pool di variabili che gravitano attorno ai più generali processi identitari collettivi.

### *Politicizzazione e polarizzazione.*

In quanto processo intergruppo, la radicalizzazione si manifesta in tutti quei contesti in cui processi di identificazione interagiscono con caratteristiche del contesto socio-politico che rendono salienti le appartenenze sociali e malcontenti a livello individuale e collettivo. In queste circostanze, una forte identificazione con l'ingroup e la percezione della sua superiorità inciderebbero in maniera significativa nell'adesione a sistemi di credenze radicali e nel sostegno a un'ideologia di sempre crescente ostilità e conflittualità (Koomen & van Der Pligt, 2016). Inoltre, laddove dal confronto con gli outgroup rilevanti, le persone percepiscano che il proprio gruppo sia in una qualche posizione di svantaggio o che ottenga molto meno di quanto meriti, è possibile che insorgano in loro sentimenti di deprivazione relativa collettiva che determinano a loro volta atteggiamenti radicali e interazioni conflittuali, in difesa del proprio gruppo e in riparazione del torto subito (van Bergen et al., 2015). In queste circostanze, è verosimile che si manifestino le dinamiche della polarizzazione e della politicizzazione.

La politicizzazione e la polarizzazione rappresentano due processi distinti ma interrelati che si manifestano contemporaneamente nel processo della radicalizzazione, anche online, dove l'inasprimento dei toni e la violenza degli stili comunicativi adottati lasciano trasparire il ruolo fondante e prioritario che i processi dell'identificazione sociale hanno anche in questo contesto (Van Stekelenburg & Klandermans, 2010).

Negli ambienti virtuali, il processo della polarizzazione che conduce gli individui a convergere verso posizioni maggiormente estreme e radicali, svolge la funzione di differenziare in maniera netta e inequivocabile il proprio ingroup dai restanti gruppi dell'arena socio-politica. La polarizzazione, in altre parole, ha come fine ultimo quello di categorizzare gli altri in amici, quindi alleati, o in nemici, quindi outgroup che diventano un bersaglio d'elezione dei propri inneggiamenti

(Koomen & van der Pligt, 2016). Al contempo, le identità si vanno politicizzando. La politicizzazione delle identità si manifesta con la consapevolezza condivisa che il proprio gruppo sia stato oggetto di torti o ingiustizie che necessitano di essere riparate. Perché ciò sia portato a compimento, è necessario che il gruppo identifichi e si scagli contro un nemico da biasimare e colpevolizzare e, al contempo, invochi il supporto di parti terze, come autorità o rappresentanti politici (van Stekelenburg et al., 2013). Identità che si siano politicizzate guarderanno al loro intorno sociale in termini antagonistici.

Spiegazioni identitarie sono anche alla base del modello proposto da Reicher, Haslam e Rath (2008) che spiegherebbe, in virtù dei processi di identificazione sociale, perché e come sia possibile perpetrare atti di aperta ostilità e celebrare come giusto l'odio. Gli autori sostengono che l'odio verso l'outgroup si sviluppi attraverso cinque fasi: 1) identificazione, ovvero la creazione un ingroup coeso con il quale ci si identifica fortemente; 2) Esclusione, quindi l'identificazione dei target prescelti, gli outgroup; 3) Minaccia, ovvero la rappresentazione dell'outgroup come una minaccia all'identità del gruppo di appartenenza; 4) Virtù, ovvero l'esaltazione acritica del gruppo come assolutamente buono e giusto; 5) Celebrazione, vale a dire l'annichilimento dell'outgroup celebrato come strategia principale per la difesa della virtù dell'ingroup. Il susseguirsi di questi processi renderebbe possibili non solo odio e intolleranza ma anche la loro giustificazione morale come atti necessari per la difesa della virtù del gruppo. Gli studi di psicologia discorsiva, ad esempio, hanno mostrato come, alle accuse di hate speech contro le minoranze musulmane, i politici conservatori o di estrema destra rispondano adottando strategie che richiamano gli step del modello di Reicher et al. (2008), in cui il loro posizionarsi come vittime di trattamenti ingiusti o eroi difensori della nazione è asservito al fine di giustificare l'odio come necessario per la difesa delle virtù del proprio gruppo (Pettersson, 2019).

#### *Incertezza.*

Nell'analisi delle radici della radicalizzazione la letteratura ha analizzato le implicazioni derivanti dalla percezione di incertezza sociale (Hogg, 2014). I cambiamenti sociali possono generare un profondo senso di incertezza che mette fortemente in dubbio il consolidato senso del sé e la corroborata consapevolezza di

cosa sia giusto o meno fare. La percezione di incertezza circa le proprie emozioni, dei propri comportamenti e i propri atteggiamenti ha un ruolo motivazionale e trainante di grande impatto nel determinare l'adesione e la condivisione di idee e comportamenti radicali ed estremisti. Difatti, l'identificazione con un gruppo, e di conseguenza, l'identificazione con le sue idee e prescrizioni comportamentali, svolge un ruolo cruciale nella riduzione dello stato di incertezza e nel ripristino di quello di sicurezza (Uncertainty-Identity theory, Hogg 2012). Quanto maggiore è l'incertezza percepita, tanto più le persone sono spinte a identificarsi con gruppi altamente distintivi, capaci di fornire risposte e soluzioni chiare ai dubbi e alle preoccupazioni relative al senso del sé e al senso da dare al mondo (Verkuyten, 2019), capaci cioè di fornire ancoraggi cognitivi e simbolici che consentono agli individui di ripristinare un certo grado di controllo sull'ambiente e gli eventi. In altre parole, uno dei modi con cui le persone gestiscono i sentimenti di incertezza e dubbio, derivanti da piccoli o grandi cambiamenti sociali, è quello di difendere strenuamente la propria visione culturale del mondo (quella di cui i gruppi altamente distintivi sono portatori), con lo scopo di dotare di senso la vita, che in assenza di punti di riferimento rischia di essere percepita come assurda, inintelligibile e priva significato (Doosje et al., 2013).

### *Conclusioni*

La crescente popolarità e la diffusione capillare di social media come Facebook o Twitter si affiancano al bisogno di comprendere come possano essere arginate la propagazione di odio e violenza e la propaganda razzista, omofoba e sessista che pure trovano spazio in queste piattaforme e resistono alle politiche di contrasto (Ben-Devid & Maramoros-Fernández, 2016). L'analisi dei tweet e post degli utenti del web è una dimostrazione più che lampante di come il razzismo, l'omofobia, il sessismo abbiano trovato un nuovo terreno fertile su cui attecchire e proliferare e di come i discorsi pubblici e gli scambi comunicativi si siano radicalizzati in maniera crescente, soprattutto contro categorie vulnerabili, primi fra tutti gli immigrati: un fenomeno che, a partire dalla crisi economica del 2008, non accenna a diminuire (Benedi, 2013).

Sebbene esistente, la mera regolamentazione legislativa delle piattaforme online si dimostra insufficiente ad arginare un fenomeno che si manifesta in tutta la sua crescente pervasività. Per quanto ogni discussione relativa all'hate speech prenda vita dalla dicotomia discorsi d'odio (*hate speech*)/tutela della libertà di espressione (*free speech*) (Bojarska, 2018), ed ancora, dal riconoscere come equivalenti diritti individuali e delle minoranze, la ricerca psicosociale può ancora contribuire significativamente nell'analisi dei fattori che rendono possibile la riproduzione delle ineguaglianze sociali e delle strutture di potere nel linguaggio (Reicher et al., 2008). L'identificazione di questi fattori potrebbe innanzitutto informare strategie di prevenzione che, da una parte, sensibilizzino e rendano più consapevole il più ampio bacino degli utenti del web circa le conseguenze micro e macro-sociali dei discorsi d'odio, ma che dall'altra contribuiscano a disseminare narrative differenti e oppostive che promuovano relazioni sociali armoniose tra i gruppi sociali, anche online (Lucini, 2019).

### **Riferimenti bibliografici**

- Almogor, R. C., 2011, *Fighting hate and bigotry on the internet*, «Policy & Internet», 3, pp. 1-28.
- Ayanian, A.H.; Böckler, N.; Doosje, B.; Zick, A., 2018, "Processes of radicalization and polarization in the context of transnational islamist terrorism", «International Journal of Conflict and Violence», 12, pp.1-6.
- Awan, I., 2014, "Islamophobia and Twitter: A typology of online hate against Muslims on social media", in «Policy & Internet», 6, pp. 133-150.
- Awan, I.; Blakemore, B., 2012, "Policing cyber hate, cyber threats and cyber terrorism", Farnham.
- Baldauf, J.; Ebner, J.; Guhl, J., 2019, "Hate speech and radicalisation online", in «The OCCI research report». Londra. ISD.
- Benedí, S., 2013, *ENAR shadow report*. Brussels, Belgium: European Network Against Racism., in <http://cms.horus.be/files/99935/MediaArchive/publications/shadow%20report%202011-12/Spain.pdf>
- Bermingham, A.; Conway, M.; McInerney, L.; O'Hare, N.; Smeaton, A. F., 2009, "Combining social network analysis and sentiment analysis to explore the potential for online radicalisation", in «2009 International Conference on Advances in Social Network Analysis and Mining», pp. 231-236. Institute of Electrical and Electronics Engineers
- Bilewicz, M.; Soral, W., 2020, "Hate speech epidemic. The dynamic effects of derogatory language on intergroup relations and political radicalization", in «Political Psychology».
- Bojarska, K., 2018, "The dynamics of hate speech and counter speech in the social media. Center for Internet and Human Rights", in <https://cihr.eu/wp->

- content/uploads/2018/10/The-dynamics-of-hate-speech-and-counter-speech-in-the-social-media\_English-1.pdf; 10.10.2020
- Borum, R., 2011, "Radicalization into violent extremism II: A review of conceptual models and empirical research", in «Journal of Strategic Security», 4, pp. 37-62.
- Chetty, N.; Alathur, S., 2018, "Hate speech review in the context of online social networks", in «Aggression and Violent Behavior», 40, pp. 108-118.
- Christmann, K., 2012, "Preventing religious radicalisation and violent extremism. A systematic review of research evidence". Research report. Youth justice board. United Kingdom.
- Christopherson, K., 2007, "The positive and negative implications of anonymity in the internet, nobody knows you're a dog", in «Computers in Human Behavior», 23, pp. 3038-56.
- Dobosz, D.; Gierczyk, M., 2020, Hate speech- some definitions. In: Dobosz, D.; Gierczyk (Eds.), *Hate*. London, Apsley Business School, pp. 9-17.
- Doosje, B.; Loseman, A.; van den Bos, K., 2013, "Determinants of radicalization of Islamic youth in the Netherlands: Personal uncertainty, perceived injustice, and perceived group threat", in «Journal of Social Issue», 69, pp. 586-604.
- Doosje, B.; Moghaddam, F. M.; Kruglanski, A. W.; de Wolf, A.; Mann, L., Feddes, A. R., 2016, "Terrorism, radicalization and de-radicalization", «Current Opinion in Psychology», 11, pp. 79-84.
- Gelber, 2019, "Terrorist-Extremist Speech and Hate Speech: Understanding the Similarities and Differences", in «Ethical Theory and Moral Practice».
- Harmer, E.; Lumsden, K., 2019, Introduction: Online Othering. In: K. Lumsden and E. Harmer (Eds.) *Online Othering: Exploring Violence and Discrimination on the Web*. Palgrave Macmillan.
- Hogg, M. A., 2012, *Uncertainty-identity theory*. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*, New York, Sage, 2, pp. 62-80.
- Hogg, M. A., 2014, "From uncertainty to extremism: social categorization and identity processes", in «Current Directions in Psychological Science», 23.
- Lingiardi, V.; Carone, N.; Semeraro, G.; Musto, C.; D'Amico, M.; Brena, S., 2019, "Mapping Twitter hate speech towards social and sexual minorities: a lexicon-based approach to semantic content analysis", in «Behaviour & Information Technology».
- Lucini, B., 2019, Odio social(e), in <http://www.voxdiritti.it/odio-sociale/>; 10.10.2020.
- Koomen, W.; van der Pligt, J., 2016, *The psychology of radicalization and terrorism*. Londra, Routledge.
- Muller, K.; Schwarz, C., 2020, "Fanning the flames of hate: Social media and hate crime", in «SSRN Electronic Journal».
- Ozer, S.; Bertelsen, P., 2018, "Capturing violent radicalization: Developing and validating scales measuring central aspects of radicalization", in «Scandinavian Journal of Psychology».
- Perry, B., 2001, *In the name of hate: Understanding hate crimes*. Londra, Routledge.

- Pettersson, K., 2019, "Freedom of speech requires actions": Exploring the discourse of politicians convicted of hate-speech against Muslims, in «Journal of Social Psychology», 49, pp. 938-952.
- Reicher, S.; Haslam, S. A.; Rath, R., 2008, "Making a virtue of evil: A five-step social identity model of the development of collective hate", in «Social and Personality Psychology Compass», 2, pp.1313-1344.
- Schmid, A.P., 2013, Radicalisation, de-radicalisation, counter-radicalisation: A conceptual discussion and literature review. In «The International Centre for Counter-Terrorism – The Hague» 4, 2.
- Tajfel, H.; Turner, J. C., 1979, "An integrative theory of inter-group conflict", in W. G. Austin; S. Worchel (Eds.), *The social psychology of inter-group relations*, pp. 33-47. New York, Brooks/Cole.
- Van Bergen, D. D.; Feddes, A. F.; Doosje, B.; Pels, T. V. M., 2015, "Collective identity factors and the attitude toward violence in defense of ethnicity or religion among Muslim youth of Turkish and Moroccan Descent", in «International Journal of Intercultural Relations», 47, pp. 89-100.
- Van Stekelenburg J.; Klandermans, B., 2010, *Radicalization*, in A. Azzi, X. Chryssochoou, b. Klandermans. (Eds.), *Identity and participation in culturally diverse societies: A multidisciplinary perspective*. Oxford, Blackwell Wiley.
- Van Stekelenburg J.; Oegema, D.; Klandermans, B., 2010, *No radicalization without identification: Dynamics of radicalization and polarization within and between two opposing web forums*, in A. Azzi, X. Chryssochoou, B. Klandermans. (Eds.), *Identity and participation in culturally diverse societies: A multidisciplinary perspective*. Oxford, Blackwell Wiley.
- Van Stekelenburg, J.; van Leeuwen, A.; van Troost, D., 2013, *Politicized Identity*. The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements. Malden, Wiley-Blackwell.
- Verkuyten, M., 2019, "Religious fundamentalism and radicalization among Muslim minority youth in Europe", in «European Psychologist», 23, pp. 21-31.
- Vox Diritti, 2019, La nuova mappa dell'intolleranza 4, in <http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-4/>
- Wall, D., 2001, *Crime and the Internet*. Londra, Routledge.
- Zimbardo, P., 1970, "The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse and chaos", in W. J. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation*, 1969. Lincoln, University of Nebraska Press.

## Salute, proattività e tecnologie digitali

Luca Benvenga

**Health, proactivity and digital technologies.** *Cultural practices aimed at improving the quality of life have undergone profound transformations, so much so that the social sciences have questioned the importance of 'digitalising' various aspects of the individual sphere, in an attempt to adapt sociality to the unstoppable technological change of the last twenty years.*

*This paper intends to develop some fundamental questions for: a) the understanding of everyday actions, which promote, in this sense, behaviour at quality life improvement through the relationship that is established between subjects and urban spaces; b) a reflection on the technological transformations that are affecting the concept of well-being linked to active movement and health. Particular interest will be given to the scenario related to vulnerable subjects such as the elderly, for whom the aid of AI-oriented technologies allows them to practice regular motor exercise, with the aim of ensuring a happy and active ageing and a personal health monitoring.*

**Keywords:** active ageing, proactivity, health, digital technologies

### *Introduzione*

Ciò che mi propongo di fare in questo saggio è mostrare come nella contemporaneità sempre più collettività condividano un insieme di pratiche che ridefiniscono le attività quotidiane e le relazioni sociali. La condivisione di interessi e stili di vita tra persone differenti per classe ed età è al centro di un crescente panorama di nuove abitudini culturali legate all'inclusione sociale e al wellness.

La scienza moderna è da sempre stata d'accordo sull'idea che una regolare attività possa contribuire a una riduzione di rischi per l'organismo umano e favorire la socializzazione in ambiti distinti (familiare, amicale o professionale). A questo riguardo, gli scienziati reputano importante l'associazione tra movimento e salute ai fini:

a) di un corretto sviluppo psico-fisico del soggetto;

b) come occasione per rilanciare la tensione accumulata in contesti familiari e/o di lavoro, con fondamentali benefici sulla salute della persona, e di riflesso dell'ambiente sociale circostante. Questa condizione di benessere, infatti, ingenera un miglioramento dei parametri relazionali nelle cerchie familiari e professionali che costituiscono il network vitale di ogni persona.

Negli ultimi anni si è assistito ad un crescente dibattito sul binomio salute e comportamenti attivi, e una delle possibili risposte a questa complessa domanda ci viene data dal Comitato Regionale Europeo dell'OMS che nel 2013, in occasione

della sua sessantunesima sessione, ha confermato all'Ufficio Regionale europeo il mandato di elaborare una nuova politica sanitaria, denominata per l'appunto *Salute 2020* (Salute, 2013). Per raggiungere questo obiettivo, si legge nel documento, sono necessarie politiche efficaci per l'invecchiamento sano in risposta al rapido invecchiamento demografico in atto in Europa (Salute, 2013, *passim*). Questa definizione di invecchiamento sano, e la sua pianificazione, sono collegate a un corretto stile di vita. L'effetto positivo di comportamenti rigorosi è dimostrato dal loro potenziale preventivo: la proattività, infatti, riduce gli stati patologici degenerativi e l'atomizzazione sociale.

Nelle pagine seguenti il mio scopo sarà comprendere in che modo la comunità relazionale e le pratiche volte a favorire comportamenti sani siano garanzia di benessere. I punti fondamentali su cui concentrò l'osservazione saranno:

a) i concetti di “proattività” e “buone prassi” in relazione all'importanza delle reti di relazione;

b) le azioni quotidiane che promuovono in questo senso regolarità comportamentali che migliorano la qualità di vita. Particolare attenzione sarà rivolta al rapporto tra servizi per la persona e spazi urbani;

c) il comportamento attivo come occasione di empowerment. Uno spazio sarà qui riservato al fenomeno del self-tracking che sottende il ruolo svolto dalle tecnologie nella valutazione delle funzionalità biologiche degli attori sociali, nel sollecitare l'impegno e favorire le condizioni di benessere.

Il contributo, così suddiviso, sono convinto possa enfatizzare le argomentazioni che hanno come perno il connubio tra reti sociali, responsabilizzazione individuale e tecnologie digitali. In questo senso, cercherò di riflettere criticamente sull'“invecchiamento attivo”, l'importanza di offrire servizi appropriati per questa popolazione e il ruolo centrale dei *digital device* come strumenti di supporto.

#### *Le buone prassi. Il senso di comunità e l'anziano proattivo*

Ragionare sulle prospettive di “attivazione” e partecipazione sociale delle nuove generazioni di anziani, vuole dire dare una “visione più articolata del

fenomeno rispetto all'immagine preoccupate e lineare dell'incedere inesorabile di una popolazione che invecchia" (Mirabile et al., 2008, p. 4). Infatti, se la percezione dell'anziano come vettore di preoccupazione sociale è uno dei due punti di vista oggi prevalenti, l'altro punto di vista inerisce il considerare la terza età come risorsa della società (ivi, p. 4 sgg.). Su questa polarizzazione, Mirabile et al. osservano come

la prima connotazione [l'anziano come problema] è certamente quella più radicata, di cui si parla diffusamente da più tempo, ne è testimonianza anche il rinnovato dibattito sui temi della non autosufficienza. La seconda connotazione, l'anziano come risorsa, è più recente, ancora poco indagata, enfatizzata soprattutto in materia di prolungamento della vita lavorativa. In realtà, come la ricerca ha permesso di evidenziare, forza e debolezza spesso si sovrappongono: anziani in salute, intenzionati a dare un contributo nella società, sono spesso limitati nelle loro possibilità da uno scarso accesso alle risorse, da un reddito insoddisfacente e da altri fattori di natura normativa o istituzionale che incidono trasversalmente su situazioni soggettive anche molto diversificate. Dall'altro lato, anziani deboli, soli, in pensione da anni, inseriti in un circuito di aggregazione sociale possono dare avvio ad un percorso di riattivazione che passa proprio per l'impegno e la partecipazione sociale (ivi, pp. 6-7).

La valorizzazione e la promozione dell'anziano sono in relazione ad alcune variabili strutturali (ibidem), quali il reddito economico e "le tendenze del sistema previdenziale e della popolazione pensionata" (ibidem). Queste variabili si riflettono sulle dinamiche soggettive di partecipazione dell'anziano alle attività associative, oltre ad altri aspetti quali la compatibilità di tempo con le routine di vita quotidiana, le condizioni di salute o le esigenze familiari.

Da diversi decenni, i servizi in materia di partecipazione degli anziani sono oggetto di iniziative pubbliche, locali e nazionali. Ad assumere maggiore importanza sono i progetti in ambito ricreativo (il mondo dell'associazionismo e il terzo settore in modo particolare), in cui, tra gli altri scopi, prevale la socializzazione nel tempo libero, che favorisce "una netta caratterizzazione dell'anziano come attore sociale, in altri termini, un soggetto che intende affermare

la propria identità, capace di rinnovare interessi e costruire nuovi processi relazionali e comunicativi di cui è protagonista” (ivi, 26).

Tuttavia, la creazione di socialità, incoraggiata con iniziative territoriali, non è da considerare esclusivamente fonte di proattività, di autonomia o di benessere individuale. In quanto, l’allargamento delle relazioni è anche alla base di un’etica di reciprocità che anima i progetti associativi funzionali alla “costruzione di una comunità solidale” (ibidem), i cui percorsi di impegno sociale si intrecciano con pratiche di rigenerazione urbana (sono un esempio i Community hub, *infra*), o altre attività volte alla qualificazione di aree cittadine (si vedano, in questo senso, le pratiche collettive finalizzate all’adozione di uno spazio verde).

Scrivono Gabriele Cavazza e Cristina Malvi che “diventare proattivi è però reso complesso dal crescente divario che esiste tra risorse pubbliche disponibili per il welfare e i bisogni/diritti dei cittadini: le risorse sono calanti, mentre i bisogni sono crescenti” (Cavazza & Malvi, 2014, p. 13). A questo proposito, il dibattito sull’agentività dell’anziano pone alla base del modello proattivo due questioni. La prima riguarda le risorse esterne (le politiche sociali e i servizi alla persona); la seconda le risorse interne (la motivazione, il sentirsi parte di una comunità, l’autostima, il miglioramento di uno status sociale). Pertanto, lo sviluppo di un’intelligenza creativa nell’anziano implica un’azione pubblica, con interventi mirati al coinvolgimento di tutte le funzioni di una persona, da quelle cognitive a quelle relazionali, componenti essenziali per l’inclusione di soggetti, spesso isolati, e per la loro auto-realizzazione, policy che tengano conto dell’equilibrio e del benessere psico-fisico dell’individuo.

Tra i vari servizi di natura proattiva, volti a promuovere corretti stili di vita in età avanzata, rientrano i progetti votati a sperimentare le formule di co-housing, i progetti volti alla promozione dell’attività fisica (Esmonde, 2019) o i servizi di e-care (Meskó, 2017). Questi interventi portano allo sviluppo di politiche a sostegno di una cultura di benessere sociale. E il primo passo di un’azione virtuosa è proprio quello di considerare la necessità di iniziative appropriate, all’interno di un sistema di pianificazione di lungo periodo finalizzato all’empowerment dell’anziano.

Questi processi possono essere letti attraverso il potenziamento degli interventi socio-istituzionali. Secondo questa tendenza, i servizi all’anziano devono

essere orientati verso la responsabilizzazione degli attori coinvolti nel processo di definizione delle strategie. In questo senso, l'empowerment individuale e comunitario – community empowerment –, è declinato in soluzioni atte a rafforzare le capacità dell'anziano. Ciononostante, queste strategie di governance si devono misurare con la complessità relativa, tra le altre cose, i preesistenti limiti territoriali e strutturali, laddove soprattutto la carenza di servizi e infrastrutture è ampiamente tangibile e articolata, e non la si può affrontare da una dimensione meramente locale.

Ancora una volta, volgere l'attenzione alla valorizzazione del potenziale di una persona anziana, vuole significare rispondere ai mutui bisogni attraverso una logica comunitaria. Il community welfare, ovvero un "welfare di prossimità, [...] un'area di welfare riferita a luoghi e opportunità di relazione [che] definisce i servizi di prossimità con valore di promozione sociale, orientati all'empowerment e che implicano una relazione forte tra coloro che erogano i servizi e coloro che ne beneficiano" (Marcon & Scilletta citati da Ponzo, 2014, p. 6), muove verso una precisa prospettiva. Infatti, "la riqualificazione di luoghi fisici e [la] creazione di spazi relazionali come strategia di sviluppo e di benessere dei cittadini [ha l'obiettivo di] prevenire l'insorgenza di fragilità e altre forme di povertà relazionale", ponendo in questo modo "il problema [...] di contrastare [...] l'isolamento delle persone e [quelle] condizioni di possibile marginalizzazione" (Depedri & Gubert, 2019, p. 32).

In questa cornice, la "comunità diventa un riferimento cruciale non solo in quanto produttrice di benessere, ma anche in quanto destinataria del welfare, generando una riformulazione del soggetto di cui si vuole accrescere il benessere" (Ponzo, p. 6).

La comunità diviene espressione di un nuovo protagonismo dell'anziano come soggetto attivo nella vita pubblica. Il concetto di comunità, con i suoi valori e le sue forme di auto-organizzazione, promuove la produzione di ambiti di reciprocità, a partire dai quali si costituiscono i legami sociali. Legami che non sono fondati su paradigmi di tipo utilitaristico, bensì, per converso, improntati su un senso di solidarietà tra i promotori e i partecipanti.

Questi sistemi relazionali sono in grado di fornire un importante supporto per consentire all'anziano di avere un ruolo attivo nella vita di comunità. Ciononostante, questo può non bastare, poiché si è consapevoli che, oltre ad aumentare l'inclusione sociale, è soprattutto assicurando un alto grado di salute in età avanzata che l'azione proattiva avrà una maggiore garanzia di successo. A questo riguardo, come vedremo nel successivo paragrafo, le buone condizioni di vita necessitano, dunque, di una combinazione tra spazi ricreativi, stili di vita virtuosi e movimento attivo.

### *Spazio urbano, movimento attivo e hub per l'inclusione*

Oggi, più che in passato, nel quadro della complessità che caratterizza il soggetto in relazione alle sfide legate alla società prestazionale (Chicchi & Simone, 2017), individui, istituzioni pubbliche e private riconoscono al movimento attivo un ruolo prioritario nel veicolare valori sani e benessere, con l'attribuzione di uno status privilegiato nel miglioramento delle attività quotidiane.

Uno stile di vita proattivo si basa su risorse esogene ed endogene. La pratica giornaliera di attività fisica è di per sé fondamentale nella creazione di autostima e la cementazione di comunità di interazioni. Una rete sociale che accresce il movimento attivo migliora le qualità di vita e le prestazioni socio-professionali dei soggetti interessati, offre concrete occasioni di dialogo tra i corpi e integrazione per chi ha un capitale sociale circoscritto (come gli anziani), ed è inoltre occasione per una rigenerazione di spazi e territori funzionali ai nuovi *city-users*.

A fronte di quest'ultima evidenza, ritengo che la promozione di uno stile di vita regolare debba bilanciare al bisogno primario del soggetto, una programmazione della città a livello di politiche urbane (Dorato & Montera, 2015). Infatti, la progettazione degli spazi della città influisce non di poco sul raggio di azione dei comportamenti sociali. Si incoraggiano i cittadini a compiere scelte salutari, e a vivere vite più equilibrate e attive, se la risposta pubblica a queste esigenze è votata alla promozione e alla tutela di spazi verdi, di aree ricreative accessibili a tutti, zone pedonali, piste ciclabili etc. (ibidem) e tutto ciò che può avere a che fare con la mobilità propedeutica all'esercizio e alla creazione di scambi relazionali.

Inoltre, scrive Elena Dorato, come

le città che investono in politiche e programmi di promozione dell'attività fisica [...] oltre a trarne enormi benefici in termini di ricadute sulla salute dei propri cittadini, potranno risparmiare sulle spese sanitarie e dei trasporti; raggiungere maggiori livelli di produttività di cittadini e lavoratori; creare ambienti urbani più vivibili e attraenti; [...] aumentare l'accessibilità alle aree verdi, ricreative e collettive; avviare processi di riqualificazione partecipata di quartieri o brani di città, con un conseguente incremento di inclusione sociale e identità comunitaria; promuovere l'allargamento delle reti sociali (Dorato, 2015, p. 53).

Continua l'autrice, chiarendo

come una delle principali sfide che si profila oggi per le nostre città è, quindi, quella di sviluppare un approccio integrato al problema del vivere urbano: in termini di sostenibilità e di possibilità per i cittadini di acquisire abitudini e stili di vita più sani e attivi. Tale approccio si basa sulla logica per cui un miglioramento nelle condizioni di salute e benessere dei cittadini si rapporti in maniera diretta con una strategia integrata che consideri il movimento attivo come elemento centrale negli stili di vita individuali. Le strategie future di pianificazione urbana dovranno fondarsi su metodi più scientifici e oggettivi, capaci di orientare la pianificazione strategica e operativa per soddisfare i bisogni dei cittadini. Si rende così necessario un miglioramento delle pratiche di pianificazione urbana, che si avvalga di strumenti innovativi e crei le condizioni per un sempre maggior coinvolgimento della popolazione nei processi di pianificazione (ivi, pp. 53-57).

Una possibile pratica innovativa, che tenga insieme gli interventi pubblici, i nuovi perimetri dell'inclusività, la socialità inter e infra-generazionale, sono i cosiddetti *Community hub*. Ciò, in quanto, i *Community hub* rispondono “all'esigenza di costruire nuove ‘ecologie locali’, capaci di produrre sintesi dinamiche fra pratiche di cambiamento che si generano spontaneamente in società e istanze di pianificazione e programmazione del cambiamento orientate dalle politiche” ([www.communityhub.it](http://www.communityhub.it)).

In questo senso, i *Community hub* sono da intendere come spazi fisici che da qualche anno a questa parte hanno assunto un ruolo dominante nel dibattito pubblico sulle politiche culturali. Sono spazi risignificati, che mettono al centro la relazione tra le persone e la loro comunità. Sono strutture (come gli stabili industriali dismessi) riutilizzate in cui poter erogare una serie di attività di diversa natura (anche di tipo assistenziale e di cura, oltre che orientate al movimento attivo), che consentono uno sviluppo qualitativo del quartiere ospitante e un network di intelligenze e corpi. In sintesi, sono centri che favoriscono e moltiplicano le opportunità di scambio relazionale, in cui si intrecciano le occasioni di prossimità tra i singoli e i gruppi, e per estensione tra le sfere individuale, sociale e urbana.

In questi “ambiti di attivazione della cittadinanza” (Calvaresi & Lazzarino, 2018, p. 77) prevale senz’altro il bisogno di sentirsi parte di un gruppo più ampio, di soddisfare bisogni. A questo proposito, si parla “di iniziative volte a favorire l’autonomia e l’inclusione delle persone, di socializzazione dei bisogni individuali, aggregazione della domanda per convergere su un’offerta nuova, lavoro sulle connessioni, attraverso processi di mutuo aiuto e nuove modalità di risposta a bisogni condivisi” (Innovazione ed economia sociale, 2018, p. 7). Queste esperienze possono essere “promosse e gestite interamente dalla società civile, altre volte da istituzioni pubbliche, altre volte ancora attraverso una partnership tra pubblico e terzo settore” (ibidem).

I progetti ideati con questi scopi sono fondamentali, in quanto sono esempi di politiche urbane virtuose. Infatti, se si vuole parlare di inclusione, riteniamo non si possa prescindere dalla valorizzazione territoriale di varie tipologie di pratiche che mettono l’accento sulla comunità (Maddocks, 2014). Più in generale, con questi servizi è possibile stabilire una sinergia tra politiche sociali e urbane, tra attività ricreativa e interazione quotidiana, ma soprattutto, cosa importante nell’economia del lavoro, tra soggetti deboli e/o inattivi, benessere e collettività.

Il miglioramento di ambienti e spazi di vita rappresenta un ambito strategico per lo sviluppo proattivo del singolo e del territorio. Similmente, una plausibile leva di inclusione di una generazione di anziani, e capace di creare consapevolezza e abilità negli stessi, è rappresentata dalle tecnologie digitali. Le tecnologie sono un fattore fondamentale, come osserveremo nel prossimo paragrafo, in prospettiva di

un invecchiamento attivo, poiché permettono di accedere autonomamente alla conoscenza di prestazioni, al monitoraggio di parametri biologici e alla condivisione di dati nell'ottica di una maggiore fiducia nei propri mezzi.

*L'empowerment tra self-tracking e quantified self. Per uno stile di vita sano*

Scrive Flavia Atzori, che “la società odierna sta assistendo ad una pervasiva quantificazione di pressoché qualunque aspetto della vita quotidiana. Se i numeri assumono un ruolo di primaria importanza in ambito lavorativo, di valutazione delle performance, di costruzione di classifiche per il confronto della qualità di un qualunque insieme di elementi, l'ambito della salute e delle abitudini o caratteristiche individuali non sono immuni da quel processo definito datificazione” (Atzori, 2020, p. 55). Con questo termine, continua l'autrice,

si fa riferimento alla possibilità di raccogliere informazioni su qualsiasi aspetto, sia esso originariamente presentato sotto forma numerica o meno, e di trasformare queste informazioni in forma di 'dato', in modo che possano essere quantificate. Naturalmente, questa definizione ci fa capire come dentro il grande mondo della 'datificazione' possa essere inclusa una quantità di caratteristiche pressoché infinita: dalle informazioni concernenti grandi aziende o istituzioni per la presa di decisioni strategiche, alle informazioni personali che ciascun individuo può raccogliere e gestire autonomamente (Ibidem).

Se in passato le operazioni di “datificazione”, e quindi di misurazione e conteggio richiedevano grandi sforzi in termini di risorse materiali ed economiche, con una gestione centralizzata di operazioni statistiche spesso prerogativa di grandi corporation, oggi

ciascuno di noi può addentrarsi in pratiche di quantificazione e misurazione, può contribuire alla 'datificazione' del mondo. Raccogliere informazioni su sé stessi, sulle proprie abitudini e sui propri stati emotivi, quantificarle, datificarle ed elaborarle è divenuto semplice e accessibile (ivi, p. 57).

La facilità di queste operazioni è dovuta all'impiego di device digitali. Raccogliere, interpretare e scambiare i dati personali ha favorito il fenomeno che prende il nome di *Quantified self*. Citiamo ancora una volta la Atzori, la quale ci spiega che questo è un fenomeno di origine recente, poiché si tratta di

[un'] espressione coniata nel 2007 da Gary Wolf e Kevin Kelly che hanno dato avvio al progetto ed al sito web omonimi con l'obiettivo di diffondere la conoscenza del sé attraverso i numeri. Con tale termine, oggi, si indica sia la comunità nata attorno al progetto di Wolf e Kelly – comprendente individui che diligentemente si impegnano a raccogliere dati sul proprio sé ed a partecipare a gruppi di confronto sulle esperienze di Quantified Selfers (Choe et al., 2014) – sia, in senso più generale, un insieme di pratiche di auto misurazione che hanno generato un crescente interesse nell'ambito delle scienze sociali, in quanto interpretabili e studiabili come fenomeno socio-culturale (Ajana, 2018; Lupton, 2016a) (ibidem).

Monitorare il battito cardiaco, il livello di saturazione di ossigeno nel sangue, le qualità del sonno o la pressione arteriosa utilizzando sensori indossabili e specifici software, ha permesso ad un numero crescente di popolazione di affrontare questioni legate alla salute psico-fisica precedentemente non oggetto di auto-riflessione (ivi, p. 58). Le trasformazioni delle modalità tradizionali di condivisione e diffusione delle informazioni, se da un lato hanno modificato i processi di erogazione dei servizi sociosanitari (Gagnon et. al., 2016) e creato un nuovo orientamento di studi, l'm-health (ibidem), dall'altro lato l'auto-riflessione ha implicato una reazione da parte degli utenti, molti dei quali hanno iniziato a riconfigurare i loro comportamenti in funzione di un controllo del corpo e al raggiungimento di un benessere personale.

La letteratura sociologica, tra i suoi differenti impieghi, ritiene il self-tracking uno strumento appropriato per stimolare le persone anziane a svolgere l'attività fisica. In questa sfera, il monitoraggio e l'osservazione del corpo hanno lo scopo di “favorire e arricchire le esperienze individuali e sociali negli ambiti di sport, fitness e salute. Molti studi negli ultimi anni hanno dimostrato una correlazione positiva tra uso di App e Device e l'incremento delle attività fisiche

con il parallelo miglioramento della salute globale e del wellness delle persone” (Bagnini 2018, p. 183).

“Il fulcro del funzionamento di App e Device in questo ambito – chiarisce Bagnini – è infatti proprio la capacità di questi strumenti di influire sulla motivazione personale per svolgere attività fisiche e controllare forzatamente il proprio corpo” (ivi, pp. 183-184). Inoltre, questi software, nel favorire l’esercizio nel tempo libero, se associati alla “possibilità di registrare informazioni personali, accedere ad informazioni in tempo reale e condividere in community e social network online, svolgono un ruolo strumentale di crescita cognitiva e tecnica, [di] costruzione digitale di sé, e moderatamente [di] mediatore tra l’individuo e la molteplice natura di «barriere» (ad es. luogo, costi, coinvolgimento) offrendo diverse tipologie di soluzioni e supporti” (ivi, p. 184).

Questi supporti (polsini, orologi, braccialetti etc.) usati nella cura dell’invecchiamento rappresentano un elemento importante per l’acquisizione di competenze da parte dell’anziano, da utilizzare nella gestione della vita quotidiana.

A una strategia orientata all’opportunità di aggregazione sociale, all’incremento delle occasioni di contatto finalizzate al perseguimento di obiettivi specifici (*supra*, par. 3), il dibattito scientifico sulle nuove tecnologie pone al centro della riflessione l’efficacia di questi strumenti. Per questo, si afferma che se

poste al servizio dell’invecchiamento attivo in risposta all’esprimersi di un bisogno sociale, [le tecnologie digitali possono] consentire alle persone anziane di restare attive al lavoro o nella loro comunità, di valorizzare l’esperienza e la professionalità da loro accumulate, di sviluppare altresì il dialogo intergenerazionale, costituendo in tal modo un grande punto di forza nella costruzione della ‘società della conoscenza’ (Infante, 2009, p. 9)

e una maggiore predisposizione ad assumere comportamenti di tipo attivo.

Il tema della diffusione e dell’accesso alle nuove tecnologie nelle classi di età più mature [...] si colloca [nelle] più ampie pratiche di promozione dell’invecchiamento attivo [...] incentrate non soltanto su strumenti di incentivazione al differimento dell’uscita da ruoli economicamente attivi nella società, ma anche su politiche di

welfare tese a incoraggiare la prevenzione di fenomeni di senescenza precoce, promuovere comportamenti proattivi in tema di salute e benessere dei cittadini più anziani, assicurare standard qualitativamente elevati nel campo dei servizi di assistenza agli anziani non autosufficienti (ivi, p. 21).

L'anzianità attiva è il risultato di uno "sviluppo di politiche e servizi che supportino uno 'stile di vita' tramite cui ciascun individuo possa trarre benefici psicologici, di salute fisica, e relativi alla percezione di una buona qualità della vita perseguendo i propri interessi e le proprie aspirazioni, attivandosi in uno o diversi ambiti della sfera sociale e personale. Ciò "nell'ipotesi che la persona anziana venga valorizzata come risorsa per la società nel suo complesso" (Lucantini et. al., 2021, p. 5).

In questo senso, si tratta di politiche che promuovono il diritto alla cura, alla salute e alla formazione costante. Con l'ausilio delle app di self-tracking, in modo particolare, si diffonde maggiore consapevolezza riguardo la propria salute e le modalità attraverso cui perseguire corretti stili di vita con l'utilizzo di nuove tecnologie. Questa "responsabilizzazione" può favorire un circolo virtuoso di expertise e wellness, con un cambio di prospettiva nell'anziano e dell'anziano, il quale potrebbe percepirsi come soggetto attivo, e la società potrebbe concepire l'anzianità come risorsa da sfruttare a vantaggio della collettività.

### *Conclusioni*

In questo saggio abbiamo avuto modo di vedere come i concetti di proattività e comportamenti sani definiscano una realtà complessa. Gli stessi percorsi che mettono al centro l'anziano, nei diversi ambiti di vita sociale, sono variegati, e i progetti culturali concordano nell'abbandonare lo stereotipo della vecchiaia come un periodo della vita da considerare come un peso per la comunità, in cui assistere impotenti davanti al naturale ridimensionamento degli standard cognitivi e fisici.

Nei vari paragrafi si è visto come la riconcettualizzazione della terza età sia possibile attraverso la messa in atto di politiche culturali e urbane. Le finalità di un intervento pianificato, con differenti livelli di programmazione, sono quelle di far sentire l'anziano al centro di un progetto di vita, di responsabilizzarlo e riconoscere

il suo protagonismo, come cittadino e come persona, mettendo al servizio di nuove generazioni l'esperienza di cui gode.

Il contrasto al depauperamento delle funzioni cognitive e relazionali personali, innanzitutto, richiede la promozione di attività di socializzazione e di aggregazione. Fornire interventi di natura integrativa, e proporre iniziative ricreative, significa includere nella sfera sociale una fascia di popolazione plausibilmente esclusa, motivarla a partecipare a proposte di interesse collettivo, farla sentire parte attiva di un progetto comunitario.

Inoltre, la letteratura converge nel considerare la proattività e l'active ageing praticabili soprattutto attraverso uno stile di vita virtuoso. Per questo motivo, ho ritenuto opportuno proporre un'osservazione sul ruolo delle tecnologie digitali in supporto al benessere psicofisico dell'anziano. La nuova frontiera per l'autonomia passa irrimediabilmente da una maggiore consapevolezza del sé e del corpo. Gli strumenti digitali possono migliorare l'indipendenza dell'individuo, stimolarlo a condurre una vita attiva e farlo in modo indipendente.

Per concludere, ritengo che le tematiche oggetto di questo lavoro siano cruciali, se vogliamo affrontare nel miglior modo le sfide cui vanno incontro le società contemporanee, gran parte delle quali legate alla crescita della popolazione anziana. Garantire loro totale autonomia, integrazione e supporto di vario tipo rappresenta una condizione necessaria, per assicurare il progresso culturale e migliorare le qualità di vita dell'anziano e di chi vive intorno a lui.

### **Riferimenti bibliografici**

- Atzori F., 2020, *Self-tracking, empowerment e autocura tra i malati di diabete nella società digitale. Prospettive e limiti*, Tesi di dottorato, Università di Bologna.
- Bagnini E., 2018, *Fitness, Wellness e cura del corpo nella società digitale: Opportunità e rischi sociali dei Device mobili personali*, Tesi di Dottorato, Università di Bologna.
- Calvaresi C.; Lazzarino, E., 2018, "Community hub: un nuovo corso per la rigenerazione urbana?", in «Territorio», 84, pp. 77-78.
- Cavazza G.; Malvi, C., (a cura di), 2014, *La fragilità degli anziani*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna.
- Depedri S.; Gubert, E., 2019, *Integrazione nella filiera dei servizi agli anziani*, [www.euricse.eu/wp-content/uploads/2019/12/Report-EURICSE-ACLI-Soluzioni-innovative.pdf](http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2019/12/Report-EURICSE-ACLI-Soluzioni-innovative.pdf); ultimo accesso 16.04.2021.
- Dorato, E., 2015, La Città Attiva. Nuovi approcci al progetto degli spazi pubblici urbani, in «Paesaggio Urbano», 1, pp. 52-57.

- Chicchi F.; Simone A., 2017, *La società della prestazione*, Ediesse, Roma.
- Dorato, E.; Montera, G., 2015, *La città attiva*, in [www.sociale.regione.emilia-romagna.it/anziani/par/materiali-delle-conferenze/brochure-citta-attiva](http://www.sociale.regione.emilia-romagna.it/anziani/par/materiali-delle-conferenze/brochure-citta-attiva); ultimo accesso in data 02.04.2021.
- Esmonde, K., 2019, “Training, tracking, and traversing: Digital materiality and the production of bodies and/in space in runners’ fitness tracking practices”, in «Leisure Studies», 38 (6), pp. 804-817.
- Gagnon, M. P.; Ngangue, P.; Payne-Gagnon, J.; Desmartis, M., 2016, “m-Health adoption by healthcare professionals: a systematic review”, in «*Journal of the American Medical Informatics Association*», 23 (1), pp. 212-220.
- Infante, V., 2009, *Aggrappati alla rete: una analisi del rapporto tra diffusione delle nuove tecnologie e invecchiamento della popolazione*, ISFOL.
- Innovazione ed economia sociale*, (2018). URL: [https://pugliasociale.regione.puglia.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=87d8e2d2-8988-412f-a272-e1a709a70cb4&groupId=10186](https://pugliasociale.regione.puglia.it/c/document_library/get_file?uuid=87d8e2d2-8988-412f-a272-e1a709a70cb4&groupId=10186). Accesso in data 16/04/2021; ultimo accesso 17.04.2021
- Lucantini, D.; Checcucci, P.; Socci, M.; Fefè, R.; Lamura, G.; Barbabella, F.; Principi, A., 2021, *Raccomandazioni per l'adozione di politiche in materie di invecchiamento attivo*. URL: [http://oa.inapp.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/878/INAPP\\_Checcucci\\_Fef%C3%A8\\_Raccomandazioni\\_Per\\_Adozione\\_Politiche\\_Invecchiamento\\_Activo\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://oa.inapp.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/878/INAPP_Checcucci_Fef%C3%A8_Raccomandazioni_Per_Adozione_Politiche_Invecchiamento_Activo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Accesso in data 20 aprile 2021.
- Maddocks, I., 2014, “The Community Hub: a proposal to change the role of Residential Aged Care Facilities (RACFs)”, in «Family Medicine and Community Health», 2(4), pp. 20-25.
- Meskó, B.; Drobni, Z.; Bényei, É.; Gergely, B.; Györffy, Z., 2017, “Digital health is a cultural transformation of traditional healthcare”, in «Mhealth», 3, pp. 777-780.
- Mirabile, M. L., De Sario, B., Mastropietro E., 2008, *L'anziano come risorsa. Casi, testimonianze e condizioni per lo sviluppo della partecipazione sociale degli anziani*, Rapporto di ricerca, RES.
- Ponzo, I., 2014, *Il welfare di comunità applicato alla cura*, relazione presentata al convegno ESPANET, Torino.
- Salute 2020. Un modello di politica europea a sostegno di un'azione trasversale al governo e alla società a favore della salute e del benessere*, (2013). URL: [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_1819\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_1819_allegato.pdf); ultimo accesso 25.04.2021.

## **II Sessione *Comunicazione e processi produttivi***

Nella funzione di produzione del nuovo millennio, l'informazione (assieme alla sua velocità di trasmissione) accresce costantemente il suo peso rispetto agli input tradizionali (materie prime, lavoro, capitale), rivestendo contestualmente il ruolo di output immateriale sui generis (che può essere prodotto e scambiato infinite volte senza esaurirsi) e di infrastruttura virtuale capace di creare simultaneamente una significativa convergenza spazio-temporale tra le grandi metropoli mondiali del pianeta e un profondo divario digitale tra aree centrali e periferiche.

La sessione intende esplorare le nuove forme di riorganizzazione promosse da tale risorsa strategica nell'intero sistema economico contemporaneo, nell'ambito di specifici settori produttivi e/o all'interno di singole imprese.

**Chair:** Terri Mannarini

**Discussant:** Angelo Salento, Emanuela Ingusci

## Sul ‘potenziale ecologico’ della comunicazione nei sistemi agroalimentari. Appunti preliminari sul concetto di ‘comunicazione agroecologica’

Roberto Franco Greco

**On the ‘ecological potential’ of communication in agri-food systems. Preliminary notes on the concept of ‘agroecological communication’.** *In a book of the 1991, N. Luhmann analyses the topic of the ecological communication, wondering if modern society could adapt to the ecological threat. Nowadays, the centrality regarding the ecological issues requires the researcher to consider, rather than the possibility, the contemporary society's needs of adaptation to these threats, and on the identification of those communication processes which have the potential to support sustainable development. The paper investigates the ‘ecological potential’ of communication in agri-food system. It aims to a new communication way, which can be called ‘agroecological communication’, seen as synthesis of measures and contents of ecological significance due to the combination between the generative communication paradigm and the political goal of the agroecological transition. The emerging of these concepts is being observed starting from the bio-district juridical models and two case studies: (i) International Network of Eco Region; (ii) UK Farmer Group Discussion Network.*

**Keywords:** agroecology, agroecological transition, bio-district, generative communication, ‘agroecological communication’, International Network of Eco Region, UK Farmer Group Discussion Network.

### *Introduzione*

Dato l’oggetto per molti aspetti inedito della materia trattata, è d’uopo precisare come il presente contributo non abbia alcuna pretesa di esaustività, né intenda giungere ad approdi definitivi. Esso vuole fornire solo delle suggestioni sul ‘potenziale ecologico’ della comunicazione, ossia sulla capacità dell’azione comunicativa di incidere nell’ambito dei processi di sviluppo, favorendone la sostenibilità ecologica. Si tenterà di analizzare tale funzione con specifico riferimento agli agroecosistemi, intesi come declinazione di sistemi socio-ecologici che identificano un “sito o un distretto territoriale integrato di produzione agricola” (Gliemann, 2015, p. 21).

L’agroecosistema configura la risultante agricola di processi di antropizzazione degli ecosistemi naturali. Il mantenimento dei suoi equilibri non può prescindere dall’intervento umano e definirsi secondo meccanismi autopoietici di preservazione, diversamente di quanto accade negli ecosistemi naturali (*ibidem*). In questa sede, occorre interrogarsi sul ruolo che la comunicazione può essere chiamata a svolgere in siffatti processi di preservazione. Con questo intento:

- (i) si inizierà col considerare il testo di N. Luhmann intitolato “*Comunicazione ecologica. Può la società moderna adattarsi alle minacce*

*ecologiche?* (Luhmann, 1991). L'occasione servirà ad introdurre alcune osservazioni generali sulla valutazione della compatibilità della teoria dei sistemi sociali – e, in particolare, dei postulati della separazione/incomunicabilità tra sistema e ambiente e del criterio dell'autoreferenzialità – con la descrizione di una realtà sociale, quella in cui viviamo, condizionata dalla crisi ecologica;

- (ii) si rileverà l'insostenibilità dei modelli agroindustriali e l'urgenza della ridefinizione, in senso ecologico, dei sistemi della produzione e del consumo agroalimentare, la quale non può realizzarsi senza il necessario apporto di prassi comunicative che la favoriscano e corroborino nelle dimensioni macro e micro comunicazionali. Tale necessità è coerente con il perseguimento degli obiettivi enunciati, a livello internazionale, dall'Agenda 2030 e, sul piano comunitario, dal programma “Biodiversità 2030” e dalla Strategia *Farm to Fork*<sup>3</sup>;

- (iii) si procederà ad un'osservazione, di taglio giuridico, del modello del biodistretto, facendo scaturire da essa alcune riflessioni preliminari sulla possibile emersione di un nuovo paradigma: quello della ‘comunicazione agroecologica’. Nel tentativo di una sua ricostruzione il più possibile organica, essa sarà intesa come una forma di comunicazione generativa funzionale al conseguimento dell'obiettivo della transizione agroecologica. Transizione che è stata auspicata, *inter alia*, nel Parere del Comitato economico e sociale europeo su “Promuovere filiere alimentari corte e alternative nell'Unione europea: il ruolo dell'agroecologia” del 18/10/2019. A supporto della ricostruzione teorica, saranno riportati gli esempi rappresentati dall'*International Network of Eco Region* e dall'*UK Farmer Group Discussion Network*.

#### *Comunicazione ecologica e teoria dei sistemi sociali*

Il primo atto delle riflessioni oggetto di questo contributo è stato rappresentato dalla lettura del citato scritto di N. Luhmann dedicato al tema della comunicazione ecologica.

---

<sup>3</sup> La strategia rappresenta la pietra angolare del *Green Deal* europeo.

Il presupposto logico di quest'analisi del sociologo tedesco appare chiaro e può essere riassunto nel seguente assioma: per poter incidere sui processi sociali, i fatti ambientali devono essere comunicati.

L'autore effettua una descrizione di come tale comunicazione avvenga e quali forme assuma nelle diverse categorie concettuali vigenti nei sottosistemi sociali, nell'ambito di una cornice argomentativa dalla quale emerge un senso generale di fastidio nei riguardi dei movimenti ecologisti e della loro rappresentazione della società. Questo atteggiamento è forse anche comprensibile, se si considerano le espressioni spesso violente assunte dalla protesta ecologista nella Germania degli anni Ottanta<sup>4</sup>. È probabilmente anche per questo motivo che la disamina in questione non reca indicazioni su come la comunicazione ecologica potrebbe contribuire alla soluzione delle conflittualità ambientali. Ma le ragioni di questo *omissis* non possono essere imputate esclusivamente a contingenze di ordine storico. A giudizio della critica, sembra che esse riguardino l'incompatibilità sostanziale di alcuni postulati della teoria dei sistemi sociali con la descrizione di una realtà costantemente condizionata da criticità ambientali e sempre più animata da istanze ambientaliste incidenti sui processi della comunicazione. Più nello specifico, ci si riferisce alla matrice teorica dell'incomunicabilità/separazione tra sistema sociale ed ambiente e al criterio di autoreferenzialità dei sistemi sociali (Strassoldo, 1993).

Non è questo il luogo per esaminare la teoria dei sistemi sociali (Luhmann, 1990; Id., De Giorgi, 2003; Addario, 2003; Finco, 2019), ma, ai fini di questa analisi, sia reputato sufficiente considerare che:

- *in primis*, la sussunzione dell'incomunicabilità/separazione tra sistema sociale ed ambiente sembra mal prestarsi all'osservazione di quelle complessità che riguardano le interrelazioni tra i livelli fondamentali di aggregazione della vita oggetto di studio della scienza ecologica (Smith & Smith, 2007). Se si applica un approccio ecologico all'osservazione della vita, dell'uomo inteso come *essere comunicante* ed alla rappresentazione della società diventa complicato sostenere, al contempo, siffatta incomunicabilità e separazione.

---

<sup>4</sup> Si pensi al fenomeno dell'eco-fascismo e agli strascichi della c.d. corrente verde del nazionalsocialismo tedesco, a dire al vero, *mutatis mutandis*, ancora presenti in altre e rinnovate forme.

- in secondo luogo, il criterio dell'autoreferenzialità dei sistemi sociali sembra, come è stato osservato, un "manifesto dell'eccezionalità umana" (Strassoldo, 1993, p. 76), espressione di quell'antropocentrismo antitetico rispetto ai presupposti della scienza ecologica, sulla cui critica si fonda la dialettica ecologista e dal cui superamento, senz'altro, dipende la possibilità di un auspicato risorgimento ecologico della società, che involga la *persona* nelle dimensioni *uti singuli* e *uti socius*. Si tratta dello stesso antropocentrismo che, nel tempo, ha fatto sì che l'umanità entrasse nell'era geologica dell'Antropocene, connotata dallo scenario inedito in cui l'uomo è divenuto il principale fattore di trasformazione delle condizioni ambientali del pianeta (Ellis & Bologna, 2020).

Così, il testo sulla comunicazione ecologica di Luhmann è stato da più voci interpretato non tanto come un'analisi sulle 'funzioni ecologiche' della comunicazione, quanto come un'apologia della teoria dei sistemi sociali da parte del suo stesso autore. Ciò non può, né deve, escluderne il valore, che nel piccolo di questo scritto è prospettico in quanto ha motivato il sorgere delle suggestioni che lo abitano. Suggestioni qui condivise senza del tutto avallare il probabile eccessivo fervore delle critiche autorevolmente mosse da chi ha parlato di un'analisi "profonda e disperata" (Ardigò, 1991, p. 6), sviluppata da Luhmann nel tentativo di salvare le sorti del suo sistema sociale, "forse costituzionalmente incapace di affrontare adeguatamente le sfide dell'ambiente e quindi destinato alla catastrofe" (Strassoldo, 1993, p. 78).

Al netto di queste valutazioni introduttive, occorre chiedersi a quale idea di sistema si ritiene opportuno far riferimento per indagare le funzioni ecologiche della comunicazione. E lo si deve fare partendo dal presupposto che, oggi come mai prima, la centralità assunta dalla questione ecologica impone allo studioso di riflettere sulla necessità di adattamento della società contemporanea a tali conflittualità, sull'individuazione di processi comunicativi che siano in grado di favorirne lo sviluppo sostenibile, sulla ricerca di azioni divulgative che incidano positivamente sulla resilienza dei sistemi ambientali e, sussidiariamente, su quella dei sistemi sociali da essi ospitati. Adempiendo alla sua primaria funzione di scienza sociale, il diritto può fornire una decisiva chiave di lettura, ad esempio, ove si tenti di indagare la tematica alla luce della nozione giuridica di ambiente.

Una definizione *in nuce* di ambiente era contenuta nell'art. 5, comma 1, lett. c) del d.lgs. 152/2006. Pur essendo stata abrogata nella sua primigenia formulazione dall'art. 2 del d.lgs. n. 104 del 2017, essa può essere considerata immanente al diritto e configurare un importante riferimento ermeneutico per il giurista e non solo. Questa disposizione considerava l'ambiente come il “[...] sistema di relazioni fra i fattori antropici, naturalistici, chimico-fisici, climatici, paesaggistici, architettonici, culturali, agricoli ed economici”. Solo soffermandosi al dato testuale, è possibile da esso ricavare che l'ambiente in senso giuridico:

- non corrisponde esclusivamente all'ambiente in senso ecologico<sup>5</sup> bensì lo ingloba, comprendendo, oltre ad esso, l'ambiente umano<sup>6</sup>;

- si compone, più che dei singoli fattori, delle relazioni fra i fattori in quanto esse formano un sistema.

Dunque, l'ambiente può essere concepito come una sorta di ‘meta-sistema’ risultante dalle interrelazioni tra sistemi ecologici e sistemi socio/culturali (Monteduro, 2015).

Tenendo presente questa base teorica, in una visione ecologica, si può dire che i processi comunicativi condizionino l'intero sistema di relazioni rappresentato dalla nozione giuridica di ambiente e che siano, da esso stesso, condizionati.

Nel paragrafo successivo, si riferirà delle criticità ambientali connesse al sistema dell'industria agroalimentare e della necessità di una sua rimodulazione nel verso della sostenibilità, da perseguire anche attraverso l'attivazione di prassi comunicative ecologicamente finalizzate.

*(segue) Questione ecologica e sistemi della produzione agroalimentare: l'‘Erisittocene’ e il ‘paradosso dell'autofagismo antropoceno’*

La centralità assunta dalla questione ecologica pone la società contemporanea innanzi alla sfida del suo adattamento alle conflittualità ambientali.

L'agricoltura rientra nel novero delle attività umane che più di tutte condizionano l'ambiente, in quanto incide sugli equilibri ecosistemici e socio-culturali che ne regolano la tenuta: negativamente, quando si ispira alle regole

---

<sup>5</sup> Fattori naturalistici, chimico-fisici, climatici.

<sup>6</sup> Fattori antropici, paesaggistici, architettonici, culturali, agricoli ed economici.

dell'industria e ai suoi criteri di crescita (ir)razionale, traducendosi nell'implementazione di pratiche intensive dal significativo impatto ambientale che trascurano le specificità socio-ecologiche degli agroecosistemi.

Di questo modello è nota l'insostenibilità ecologica. Ad esso è imputabile la diffusione di fenomeni come la perdita di biodiversità, la deforestazione, l'emissione di gas serra, l'irrazionale sfruttamento del suolo e di risorse idriche, la loro acidificazione, la diffusione di pandemie, eccetera. Peraltro, non si trascuri di considerare che questi modelli si inseriscono in un più ampio panorama di sviluppo condizionato dal fenomeno della corporativizzazione agroindustriale, in cui si registra la tendenza alla depauperazione di libertà e diritti fondamentali afferenti la sfera della sovranità politico-alimentare (Mattei, 2011). Inoltre, l'agricoltura deve far fronte alla grande sfida del cambiamento climatico, in un contesto globale condizionato dalla pandemia da Covid-19, da crescente insicurezza economica e dalla costante fluttuazione dei prezzi di derrate agricole fondamentali.

Nello scenario descritto, pare delinarsi un'aporia sostanziale: il sistema industriale della produzione agroalimentare mira a garantire la sicurezza alimentare del genere umano compromettendone, allo stesso tempo, le possibilità di sopravvivenza. Con altre parole, l'uomo mina le precondizioni ecosistemiche della propria esistenza nel nome di una crescita della produzione alimentare ad ogni costo e *ad infinitum*; ancora, si potrebbe dire, nel nome della soddisfazione della sua sazietà.

L'emersione di questo paradosso richiama alla mente di chi scrive il mito greco di Erisitone, secondo la cui narrazione quest'ultimo abbatté, incurante della collera degli dei, un bosco sacro dedicato a Demetra per costruirsi una sala da pranzo. La dea punì il suo gesto condannandolo all'insaziabilità. Per placare la sua fame, Erisitone dilapidò tutte le ricchezze della sua famiglia e alla fine concluse con il divorare sé stesso. Da questa evocazione mitologica – con riferimento specifico agli effetti distorsivi del sistema industriale della produzione agroalimentare – si potrebbe immaginare l'inizio di una nuova età geologica collocantesi nell'ambito dell'Antropocene, che potrebbe essere suggestivamente chiamata "Erisittocene". In questa prospettiva, la rilevanza del condizionamento dell'azione umana sulla vita terrestre sembra essere acuita da siffatti fenomeni di

‘autofagismo antropocenico’ che minacciano la tutela del bene giuridico fondamentale rappresentato dalla vita.

In questo contesto caratterizzato dall’infranto “equilibrio tra il fatto creativo e il fatto distruttivo dell’uomo” (Giannini M.S., 1973, p. 1125), urge l’attivazione di processi di ridefinizione ecologicamente sostenibile dei sistemi della produzione agricola e, con essa, anche la procedimentalizzazione di azioni comunicative che li corroborino favorendone l’implementazione. Sul piano politico internazionale, l’esigenza di questo cambio di rotta è riconosciuta dall’Agenda 2030, a livello comunitario, nell’ambito del c.d. *Green Deal* europeo, in particolare, con il programma Biodiversità 2030 e con la Strategia *Farm to Fork*.

Sul piano teorico, l’agroecologia sembra incarnare al meglio lo spirito di tale auspicata transizione nella misura in cui si propone di coniugare le dimensioni ecologica, sociale, culturale, rurale e della produzione alimentare e di normalizzare le interrelazioni tra sistemi ecologici, sistemi alimentari e i sistemi socio-rurali correlati agli agroecosistemi. L’agroecologia fornisce anche delle importanti indicazioni metodologiche sui profili attinenti la *comunicazione* tra scienze, in quanto si fonda sul dialogo transdisciplinare dei diversi saperi coinvolti nello studio degli agroecosistemi, alimentandosi del confronto dialettico tra eterogenei punti di vista scientifici (Altieri, 2004; Gliemann, 2015; Monteduro M. et al., 2015).

*Il biodistretto e la ‘comunicazione agroecologica’. Alcune riflessioni pro futuro e due esempi*

Tra i modelli della produzione agroalimentare in grado di suscitare l’interesse di chi si propone lo studio delle funzioni ecologiche della comunicazione, può essere sicuramente annoverato il biodistretto. Osservando il panorama giuridico italiano, l’art. 13 del d.lgs. n. 228/2001 definisce i biodistretti come quei

territori per i quali agricoltori biologici, trasformatori, associazioni di consumatori o enti locali abbiano stipulato e sottoscritto protocolli per la diffusione del metodo

biologico di coltivazione, per la sua divulgazione nonché per il sostegno e la valorizzazione della gestione sostenibile anche di attività diverse dall'agricoltura<sup>7</sup>.

Ai sensi del primo comma dello stesso articolo, essi configurano una *species* del *genus* dei distretti del cibo e, in quanto tale, la loro istituzione è finalizzata

a promuovere lo sviluppo territoriale, la coesione e l'inclusione sociale, favorire l'integrazione di attività caratterizzate da prossimità territoriale, garantire la sicurezza alimentare, diminuire l'impatto ambientale delle produzioni, ridurre lo spreco alimentare e salvaguardare il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole e agroalimentari.

La connessione tra l'approccio biodistrettuale alla gestione del territorio e il paradigma dell'agroecologia è chiara. Essa è stata impressa, tra l'altro, nella normativa della Regione Lazio n. 11/2019 all'art. 1, comma 2 lett. p)<sup>8</sup>, oltre che emergere dal dato testuale delle disposizioni citate, che delineano una forma giuridica di modello agricolo evidentemente alternativo al panorama della "agrilogistica contemporanea" (Morton, 2018, *passim*).

Meno intuitivo, ma presente, pare essere il riconoscimento dell'esistenza di un rapporto funzionale tra fatto comunicativo e perseguimento degli scopi affidati dalla legge all'istituto. A questo proposito, non può ritenersi casuale la scelta del legislatore di utilizzare il lemma *divulgazione*, termine derivante dal latino *divulgatio*, che, nel suo significato più intimo e antico, sta a significare la propagazione e la *comunicazione* del sapere tra il volgo.

Negli anfratti di questo rapporto tra funzione e mezzo, è forse possibile astrarre l'embrione di una nuova fattispecie comunicativa, la quale potrebbe essere definita – a modesto rinnovamento della formula luhmanniana di "comunicazione ecologica" – come 'comunicazione agroecologica'. Anche a conferma della premessa introduttiva di questo contributo, occorre segnalare il rischio che la

---

<sup>7</sup> Comma II, lett. h).

<sup>8</sup> Con il riconoscimento dei biodistretti, la Regione persegue l'obiettivo di: "promuovere l'agroecologia e favorire la biodiversità tenendo conto della Dichiarazione del Forum internazionale di agroecologia di Nyéléni, Mali, del 27 febbraio 2015 e della Dichiarazione delle Nazioni Unite sui diritti dei contadini e di altre persone che lavorano in zone rurali".

riflessione su questa categoria comunicativa *in fieri* possa risultare poco rigorosa, non essendo presente in letteratura alcun riferimento a tale concetto, né tantomeno indagini significative sui profili riguardanti la comunicazione nei processi di transizione accennati. Pertanto, quanto segue è il frutto di considerazioni (non) conclusive su come si immagina possa essere strutturata la categoria in questione.

*In medias res*, si ritiene che la comunicazione agroecologica possa essere definita come una forma di comunicazione generativa diretta a favorire processi di transizione agroecologica. Essa si svilupperebbe nell'ambito di un generale progetto fondato sulla visione del paesaggio agricolo "come risultato della complessa intersezione tra l'azione materiale dell'uomo che modifica lo spazio geografico e una miriade di narrazioni di diversa provenienza, tipologia e contenuto" (Pandolfini E. et al., 2016, p. 85); sull'assunzione del territorio rurale come un testo sociale che deve essere scritto, interpretato e condiviso dalla comunità che lo abita (*Ibidem*; Volli, 2013).

La scelta del paradigma generativo come modello di riferimento consente di orientare la 'comunicazione agroecologica' nella direzione della valorizzazione delle individualità dei soggetti appartenenti alle comunità e del loro patrimonio di conoscenze. Una comunicazione partecipata che produce nuove relazioni e risorse nell'ambito di rapporti dialettici tra identità diverse che convergono in un progetto comune (Toschi, 2011): nel caso del biodistretto, esso è rappresentato dalla diffusione del metodo biologico; nell'ottica più generale della transizione, dalla gestione sostenibile delle risorse impiegate nella produzione agraria per l'attivazione di processi rigorosi e strategici di ridefinizione ecologica dei rapporti tra agricoltura e società.

Così pensata, la fattispecie contribuirebbe a favorire l'emancipazione dell'attività agricola ad una dimensione multiideale, dove

[...] al di là dei prodotti alimentari e dei servizi immateriali, si affermano la centralità e il contributo dei valori per costruire un diverso modello di sviluppo, di società, di organizzazione statale, di relazioni tra i cittadini (Adornato, 2015, p. 9).

La definizione dei contenuti della 'comunicazione agroecologica' dovrebbe trovare nel criterio dell'equità il suo principale parametro strutturale. Ad esempio,

l'applicazione del criterio potrebbe sicuramente riverberarsi nel ripensamento di alcune narrazioni relative al consumo biologico, anch'esse responsabili di tradurre, non di rado, lo stesso in una moda, appannaggio dei ceti medio-alti, facendo riaffiorare "vecchie divisioni di classe basate sul consumo vistoso, la rarità di ciò che si consuma e il capitale culturale e finanziario del consumatore" (Cinotto, 2006, p. 636; Di Renzo, 2008).

Chi scrive è consapevole del rischio che questo tentativo di ricostruzione teorica possa risultare stravagante all'occhio del lettore, ma la stravaganza viene un po' meno se si considera che alcune interessanti tipologie comunicative di simil specie sono già state implementate con successo: prima fra tutte, l'*International Network of Eco Region*. Essa rappresenta l'esempio madre di come la citata attività di *divulgazione* venga concretamente espletata. La Rete Internazionale dei Biodistretti è stata fondata nel 2014, a seguito di un incontro di studi che ha visto coinvolti i rappresentanti delle numerose esperienze internazionali già in atto. Lo scopo della Rete è di promuovere una strategia di coordinamento per lo sviluppo e l'innovazione continua dell'approccio biodistrettuale, tramite azioni comuni basate sulla condivisione di informazioni, conoscenze ed esperienze. Parallelamente, la Rete si propone di aumentare la sostenibilità delle esperienze attraverso la promozione di politiche di sostegno a livello locale, nazionale ed internazionale. Ciò ha permesso la progressiva consacrazione del biodistretto come archetipo innovativo e sostenibile di gestione territoriale fondato sull'agricoltura biologica. Le azioni concretamente svolte consistono in attività di *networking*, ricerca, formazione ed assistenza agli operatori del settore. La Rete è ormai una realtà consolidata ed in continua crescita in Europa e nel mondo<sup>9</sup>. Ciò è stato favorito anche dalla strategicità di alcuni interventi, come gli accordi stipulati con altre importanti reti internazionali quali ILS LEDA<sup>10</sup>, RIMISP<sup>11</sup> ed EURORESO<sup>12</sup>. Inoltre, grazie alla Rete, l'esperienza dei biodistretti è divenuta parte integrante dell'*Action Plan for innovation and learning* della Piattaforma europea TPorganics

---

<sup>9</sup> Si pensi che esiste, con e oltre la Rete, l'Alleanza mondiale per i biodistretti. <https://biodistretto.net/12-febbraio-2020-biofach-norimberca-foto-ricordo-dellalleanza-mondiale-per-i-bio-distretti/>, consultato il 28 aprile 2021.

<sup>10</sup> Che comprende 62 Agenzie di sviluppo locale in 19 paesi

<sup>11</sup> Che riunisce 92 territori di 7 paesi dell'America Latina

<sup>12</sup> Formata da 42 organizzazioni di 28 paesi

promossa dall'IFOAM EU<sup>13</sup>. Infine, e ai fini precipui di questa analisi, riguardo al contesto interno, tra le funzioni della Rete può annoverarsi il contributo ad

uniformare le modalità di applicazione della misura di sostegno all'agricoltura bio prevista dai PSR tra le diverse Regioni italiane. Indirizzare a favore del settore anche altre azioni previste dai PSR. Particolare attenzione viene data alla formazione specifica per diffondere l'*approccio agro-ecologico*<sup>14</sup>.

Guardando oltre la tematica biodistrettuale, un secondo esempio può essere rappresentato dai *Farmer Discussion Groups*. Trattasi di modelli di comunicazione collaborativa nel cui ambito, gli agricoltori che vi partecipano, condividono *know how*, problematiche, idee e risorse nel nome di una crescita collettiva e partecipata. Nei *Farmer Discussion Groups*, gli agricoltori fruiscono di una molteplicità di benefici di ordine economico e sociale derivanti dalla messa in comunicazione delle diverse esperienze produttive e umane di cui sono portavoce (Dooley, 2020). Un caso studio particolarmente interessante è quello dell'*UK Farmer Group Discussion Network*. La piattaforma è stata istituita nel 2018 ed ospita oltre 70 gruppi di agricoltori provenienti da tutta l'Inghilterra. L'obiettivo da conseguire entro il 2021 è di estendere la Rete agli agricoltori del Galles, della Scozia e dell'Irlanda del Nord, così da coprire l'intero Regno Unito, nonché di continuare a far crescere il numero dei membri inglesi. L'idea di fondo è quella di promuovere un dibattito aperto all'interno e tra i gruppi per consentire agli agricoltori locali di discutere dei principali temi che riguardano il settore primario e di condizionare, in ultima battuta, le decisioni dei *policy maker*<sup>15</sup>.

In modo diverso, questi due esempi esprimono il primo ed irrinunciabile obiettivo dell'azione comunicativa: il 'mettere in comune'. E, forse, la loro esistenza consente di rinsaldare la tenuta teorica del novello paradigma della

---

<sup>13</sup> L'istituzione di biodistretti è stata, peraltro, finanziata nell'ambito del progetto *Horizon 2020 Agrispin*, al fine di individuare il nucleo essenziale di *best practices* da cui partire per condividere e diffondere innovazione nelle aziende agricole europee. Le informazioni riportate sono reperibili agli url [https://biodistretto.net/wp-content/uploads/2016/11/ReteINNER\\_presentazione\\_IT.pdf](https://biodistretto.net/wp-content/uploads/2016/11/ReteINNER_presentazione_IT.pdf); [https://biodistretto.net/wp-content/uploads/2016/11/Newsletter\\_INNER\\_1\\_V2.pdf](https://biodistretto.net/wp-content/uploads/2016/11/Newsletter_INNER_1_V2.pdf), consultati il 28 aprile 2021.

<sup>14</sup> "AZIONE 1 – Biologico nei Piani di Sviluppo Rurale" del Piano strategico nazionale del biologico.

<sup>15</sup> <https://www.farmergroupdiscussion.org/>, consultato il 27 aprile.

‘comunicazione agroecologica’, il cui valore potenziale evade, evidentemente, il perimetro della comunicazione interna al settore primario e deve essere valutato, più in generale, in un’ottica integrale di sviluppo sostenibile che sia funzionale al ‘progresso ecologico’ dell’uomo e della società.

### Riferimenti bibliografici

- Addario N., 2003, *Teoria dei sistemi sociali e modernità*, Carocci, Roma.
- Adornato F., 2015, “Coltivare la terra, costruire un nuovo umanesimo: il ruolo dell’agricoltura”, in «Agricoltura-Istituzioni-Mercati», 2.
- Altieri M.; 2004, *Agroecology: principles and strategies for designing sustainable farming systems*, University of California, Berkeley.
- Ardigò A., 1991, *Saggio introduttivo*, in Luhmann N., *Comunicazione ecologica. Può la società moderna adattarsi alle minacce ecologiche?*, Feltrinelli, Milano.
- Cinotto S., 2006, “Il mondo nel piatto. Globalizzazione e cucine nazionali tra passato e presente”, in «Quaderni Storici», 3.
- Di Renzo R., 2008, “Il ‘cibo locale’ tra comunicazione mass-mediatica e marketing turistico del territorio”, in «Annali italiani del turismo internazionale».
- Dooley E., 2020, “An Ethnographic Look into Farmer Discussion Groups through the Lens of Social Learning Theory”, in «Sustainability», <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/18/7808/pdf> del 22.09.2020, consultato il 2.04.2021.
- Ellis E. C.; Bologna G., 2020, *Antropocene: esiste un futuro per la Terra dell’uomo?*, Giunti Editore, Firenze.
- Finco M., 2019, “La questione ecologica nella società-mondo. Sviluppo e sostenibilità: una semantica attuale?”, in «RDSD», 1.
- Giannini M.S., 1973, “Ambiente: saggio sui diversi aspetti giuridici”, in «Riv. Trim. dir. pubbl».
- Gliesmann R., 2015), *Agroecology: the Ecology of Sustainable Food Systems*, CRC Press, Boca Raton-Florida.
- Luhmann N., 1991, *Comunicazione ecologica. Può la società moderna adattarsi alle minacce ecologiche?*, Feltrinelli, Milano.
- Luhmann N.; De Giorgi R., 2003, *Teoria della Società*, Franco Angeli, Milano.
- Luhmann N., 1990, *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Il Mulino, Bologna.
- Mattei U., 2011, *Beni comuni. Un manifesto*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Monteduro M.; Buongiorno P.; Di Benedetto S.; Isoni A., 2015, *Law and Agroecology: A Transdisciplinary Dialogue*, Springer, Berlino.
- Monteduro M., 2015, “Diritto dell’ambiente e diversità alimentare”, in «RQDA», 1.
- Morton T., 2018, *Noi, esseri ecologici*, Editori Laterza, Bari.
- Pandolfini E.; Sbardella M.; Simonetta G.; Toschi L., 2016, “Benessere, paesaggio e comunicazione. La comunicazione generativa nel PSR ‘14-‘20 della Regione Toscana”, in «AESTIMUM»,

- <https://core.ac.uk/download/pdf/301577007.pdf>, del giugno 2016; consultato il 29.04.2021.
- Smith T. M.; Smith L.R., 2007, *Elementi di Ecologia*, Pearson, Londra.
- Strassoldo R., 1993, *La comunicazione ecologica: critica del pessimismo di N. Luhmann e alcune indicazioni positive*, in Agazzi E.; Melchiorre V.; Strassoldo R.; Volta G., 1993, *Pensare politicamente l'ambiente: i fondamenti*, Garzanti, Milano.
- Toschi L., 2011, *La comunicazione generativa*, Feltrinelli, Milano.
- Volli U., 2013, "Quale ecologia della comunicazione?", in «Media Mutation», [https://www.academia.edu/4179721/QUALE\\_ECOLOGIA\\_DELLA\\_COMUNICAZIONE](https://www.academia.edu/4179721/QUALE_ECOLOGIA_DELLA_COMUNICAZIONE), consultato il 29.04.2021.

## **Alternative Food Networks (AFN) e comunicazione virtuale: il caso della rete Salento km0**

Sara Nocco

**Alternative Food Networks (AFN) and virtual communication: the case of the Salento km0 network.** *The advent of web 2.0 has profoundly changed the relationship between information, production and consumption, so much so that it has transformed the very way man interacts with food, generating new opportunities to know, discover and disseminate information. At the same time, in opposition to the standard models of food production, the Alternative Food Networks (AFN) are developing, which, thanks to a constant awareness, are moving from niche production to a wider and wider market.*

*This work, through the case of the Salento km0 network, aims to highlight how, through the world wide web, AFNs can offer themselves not only to an already "loyal" audience, but also to a wider audience of consumers, enhancing the value of the places of production, while conveying ideas, reflections and a more ethical, sustainable and healthy lifestyle.*

**Keywords:** graphic novel, food communication, Alternative Food Networks, media, critical consumption.

### *Dal consumismo al consumo critico tra nuovi media e marketing*

Nel nuovo millennio, la narrazione del cibo, tema che accomuna tutti gli abitanti della Terra, diventa centrale nei media, “ambiente mobile che velocizza e dinamizza l’esperienza umana (Cristante, 2005, p. 14)”. In particolare, la comunicazione social, la quale consente di condividere immagini di pietanze appetibili, magari consumate in compagnia di amici o parenti immancabilmente ritratti, “postati”, “taggati” e geolocalizzati anch’essi, mostra un’esperienza condivisa con altri soggetti e costituisce allo stesso tempo un modo per ostentare benessere. Le foto e in generale i profili social divengono così una sorta di vetrina, uno spazio specifico

né interno né esterno, né privato né pubblico [...] [in cui] la comunicazione che si stabilisce [...] non è tanto quella degli individui con gli oggetti quanto una comunicazione generalizzata di tutti gli individui tra loro, non già attraverso la contemplazione degli stessi oggetti, ma attraverso la lettura e il riconoscimento, negli stessi oggetti, dello stesso sistema di segni e dello stesso codice gerarchico di valori (Baudrillard, 2012, pp. 200-201).

Da ciò anche la possibilità, evidenziata da studi recenti, di sensibilizzare attraverso le piattaforme social ad una corretta alimentazione. L’esempio altrui,

infatti, avrebbe il potere, per imitazione, di condizionare le nostre scelte alimentari (Coates et al., 2019; Hawkins et al., 2020).

In Italia, su una popolazione totale di 60,36 milioni, 54,80 milioni sono gli utenti internet, mentre 35 milioni sono utenti social (di cui 31 milioni attivi da mobile), con un tempo quotidiano medio di permanenza su questi ultimi stimato ad oggi a 1 h 51 min per individuo (wearesocial.com)<sup>16</sup>. In maniera più specifica, da un'indagine Doxa condotta nel 2018 per conto di Groupon emerge come il 69% degli intervistati dichiara di condividere con gli altri le proprie esperienze al ristorante tramite social o passaparola (percentuale che arriva all'80% nei giovani tra i 18 e i 24 anni); di questi, il 62% preferisce parlare *face to face*, mentre il 49% lo fa utilizzando social (29%) e piattaforme online dedicate (www.bva-doxa.com<sup>17</sup>).

È, inoltre, evidente che la comunicazione non riguarda specificatamente il “cosa”, ma anche il “dove”<sup>18</sup>. Social media come Facebook, Instagram e, in primis, TripAdvisor, hanno consentito ai cibi, anche quelli prodotti al lato opposto del pianeta, di entrare in pochi attimi, alla velocità di un “tap”, nel *range* del nostro conosciuto, così come i luoghi e le località di origine e gli artefici di tali preparazioni. Pratiche, usi e modi “altri” di pensare e vivere gli alimenti, assieme alle loro “culle” territoriali, sono penetrati nel nostro immaginario collettivo, consentendo non solo maggiore visibilità ad aziende ed imprese, ma anche ad approcci alternativi agli stessi (diete e stili alimentari differenti).

In particolare, l'evoluzione del *world wide web* e dunque il passaggio dalla versione 1.0, scarsamente interattiva, alla versione 2.0 altamente partecipata e

---

<sup>16</sup> Dati relativi all'anno 2019; in <https://wearesocial.com/it/blog/2019/01/digital-in-2019>, consultato il 15/12/2020.

<sup>17</sup> In <https://www.bva-doxa.com/italiani-al-ristorante-doxa-groupon-2017/>, consultato il 16/12/2020.

<sup>18</sup> Ciò avviene non solo in ambito alimentare, ma anche in altri settori all'interno dei quali figure come gli *influencer*, personaggi seguiti da milioni di utenti, sono in grado di influenzare tramite i propri contenuti condivisi le azioni dei propri *followers*. Così accade, ad esempio, che la visita della nota *influencer* Chiara Ferragni agli Uffizi (Firenze) o al MARTA (Taranto) abbia nel primo caso incrementato le visite successive del 24% (+27% nella fascia giovanile) rispetto al fine settimana precedente e nel secondo i contatti Facebook del 4.086%, la presenza di utenti sul sito Internet del Museo del 96%, provocato un *engagement rate* superiore alla media e un coinvolgimento di molti giovanissimi su Instagram, aumentando considerevolmente in tal modo l'attenzione sul museo e la sua notorietà in sole 24 ore (in <https://www.lastampa.it/cultura/2020/07/20/news/firenze-effetto-chiara-ferragni-agli-uffizi-boom-di-visitatori-27-per-cento-di-giovani-1.39104516>, consultato il 20/02/2021; <https://museotaranto.beniculturali.it/it/news/la-collezione-degli-ori-del-marta-fonte-di-ispirazione-per-dior/>, consultato il 20/02/2021).

partecipativa, amplificata dalla *mobile revolution* e dunque dal sodalizio *smartphone/web*, ha profondamente modificato il modo con cui i consumatori/utenti si rapportano con internet e, di conseguenza, anche le tecniche comunicative, il consumo e tutto ciò che intorno a quel mondo gravitava (ricerca di informazioni, binomio produzione/vendita, relazioni, ecc.). L'imperativo che il web pone alle aziende oggi è quello della creazione di comunità legate al proprio *brand*. Occorre rivolgersi direttamente ai clienti (*pull marketing*), personalizzando l'offerta, ascoltando quello che hanno da dire.

Risulta dunque fondamentale che i post mostrino qualcosa di accattivante seguendo il concetto del bello, buono e ben narrato. In tal modo attraverso l'uso dello *storytelling* si vendono non tanto oggetti, quanto segni ed emozioni. Queste ultime, in particolare, risultano fondamentali all'interno del processo decisionale e dunque d'acquisto, in quanto il 95% dei nostri comportamenti sarebbe determinato dal nostro inconscio (Pirotta, 2019).

Quella che viene veicolata, perciò, è l'idea di felicità, perfezione, bellezza<sup>19</sup> e lo stesso concetto o percezione del cibo e del luogo in cui esso nasce e si trasforma cambia attraverso la sua rappresentazione e raffigurazione.

Motivazioni di carattere etico, sociale e ambientale muovono gli acquisti di un sempre crescente numero di individui, così come gli orientamenti di molti produttori, portando al consolidamento di un mercato alternativo alla grande distribuzione organizzata (GDO), in cui il cibo diviene simbolo di qualità e integrità e soprattutto di esperienza che consente di "assaporare" il territorio. Si tratta dei cosiddetti "*Alternative Food Networks (AFN)*" o "reti agroalimentari alternative", il cui punto di convergenza è insito proprio nella «prossimità fisica, organizzativa o valoriale tra produttori e consumatori (Pettenati, 2017)»<sup>20</sup>. Rientrano in questa

---

<sup>19</sup> Come sottolinea Baudrillard "il miracolo del consumo mette in mostra tutto un dispositivo di oggetti-simulacri, di segni caratteristici di felicità, e poi attende (disperatamente direbbe un moralista) che la felicità vi si posi (2012, p. 11)".

<sup>20</sup> Il 22,5% delle aziende nazionali opera negli AFN coprendo il 31,5% della superficie agricola a coltivazione biologica (Randelli et al. 2017 su dati Censimento dell'Agricoltura 2010), la quale dal 2012 al 2018 è aumentata del 34%, arrivando a coprire il 7,5% della superficie agricola totale.

Secondo i dati del Sesto Rapporto dell'Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile, inoltre, il 21% degli italiani consuma alimenti biologici, mentre il 44% è incline a pagare una maggiorazione sul prezzo (rispetto agli equivalenti prodotti non certificati) pur di inserirli tra i propri acquisti alimentari. Dati simili riguardano anche il km0: il 29% degli italiani acquista regolarmente alimenti di produzione locale, il 36% ritiene corretto pagarli di più (osservatorio.lifegate.it, consultato il 20/12/2020), mentre l'ultimo rapporto della WFDSA (World Federation of Direct Selling Association), relativo all'anno 2019, rivela come la vendita diretta sia un settore da 180,4 miliardi di dollari all'interno del quale l'Italia copre 2,6 miliardi di euro di fatturato (il 16,2%

definizione tanto forme organizzative che fanno riferimento sia alla filiera corta (GAS, *farmers' market*, vendita diretta, ecc.) quanto alla filiera lunga (*fairetrade*) (Barbera e Dagnes, 2017; Pettenati, 2017), attraverso le quali fiorisce tutta la comunicazione relativa alla narrazione di prodotti, simboli e, soprattutto, luoghi.

Il presente lavoro, attraverso il caso della rete Salento km0, intende evidenziare come, attraverso il web, gli AFN si propongano o possano proporsi ad un pubblico non solo già “fidelizzato”, ma anche ad una più vasta platea di consumatori, valorizzando i luoghi di produzione, veicolando nel contempo idee, riflessioni ed uno stile di vita più etico, sostenibile e sano.

### *La rete Salento Km0 nel world wide web*

La rete Salento km0 nasce nel 2011 ed è oggi formata da 61 realtà locali (di cui 57 nella provincia di Lecce, 3 in provincia di Brindisi e 1 in provincia di Taranto) tra produttori, ristoratori, associazioni, GAS e botteghe.

Salento km0 è presente su varie piattaforme social (Facebook, Instagram e YouTube) ed è dotata di una WebTv<sup>21</sup> e di un sito web, fondamentali vetrine ai fini della promozione e dello sviluppo del progetto e delle realtà ad esso partecipanti<sup>22</sup>.

I profili social così come il sito web della rete Salento km0 risultano adeguatamente strutturati. Nello specifico particolarmente consolidata è la presenza su Facebook con ben tre pagine attive costantemente aggiornate<sup>23</sup>:

---

di questi riguarda prodotti alimentari e bevande) con 565.000 addetti alla vendita (<https://wfdsa.org/global-statistics/>, consultato il 05/09/2020).

<sup>21</sup> Progetto a cura di Meditfilm per la diffusione online di contenuti audiovisivi focalizzati sulla rete stessa, il Salento, i suoi paesaggi e la sua biodiversità, sui “coltivatori di cambiamento” (come si definiscono i produttori di questa realtà) e le loro testimonianze.

<sup>22</sup> Non mancano altri canali di comunicazione attivati nel mondo “reale” per entrare in contatto con i consumatori, appare interessante menzionare il laboratorio urbano “*To Kalò Fai*” (dal griko: il buon cibo), un progetto nato in seguito ad una convenzione col Comune di Zollino (dove ha sede il laboratorio), partito nel 2015 a cura di Meditfilm e realizzato nell'ambito del programma “Bollenti Spiriti” della Regione Puglia. Tramite laboratori, incontri, eventi e orti didattici, questo spazio si configura come un collettore di azioni educative, relazioni e cultura, attraverso cui diffondere i principi dell'agroecologia, valorizzare le produzioni locali ed educare alla tutela della biodiversità. Così come il sito web può essere considerato la culla virtuale della rete, in quanto contiene tutte le realtà ad essa afferenti, questo laboratorio può essere considerato la sua culla sul piano del reale.

Nel 2017, inoltre, viene creato e firmato dalle entità costituenti la rete il Manifesto per l'agricoltura naturale del Salento e, nello stesso anno, pubblicata la terza edizione della “Guida Salento\_Km0” all'interno della quale è presente sia un catalogo delle varietà antiche locali che uno dei produttori afferenti alla rete (43 alla data di pubblicazione con relativa distribuzione spaziale su mappa) e il manifesto stesso.

<sup>23</sup> Fa eccezione la pagina del laboratorio urbano ferma a febbraio 2020, prima dello scoppio dell'epidemia da Covid-19 in Italia e dunque delle norme che hanno portato a fermare la maggior parte degli eventi nazionali. Anche il profilo Instagram risulta particolarmente attivo con 1.295 *follower*, 432 seguiti e 155 post (di cui il primo datato 9 luglio 2019).

- “Salento km0” (11.025 *like* e 11.725 *follower* - data di creazione: 16 settembre 2014);
- “GAS Salento km0 – Gruppo d’Acquisto Solidale” (499 *like* e 559 *follower* – data di creazione: 13 marzo 2020);
- “Laboratorio urbano Salento km0 – *To Kalò Fai*” (99 *like* e 103 *follower* - data di creazione: 5 giugno 2019).

Il sito web risulta ben posizionato. Prendendo come motore di ricerca Google, è possibile riscontrare come il nome della rete venga visualizzato tra i primi tre risultati sia inserendo come *query* il nome specifico, che le parole chiave “prodotti km0 Lecce” o “prodotti km0 Salento”, mentre 17° con “prodotti km0 Puglia”.

La *Home* si apre con una carta geografica all’interno della quale, attraverso puntatori con colore diverso, a seconda che si tratti di produttori, ristoratori o GAS e botteghe, è possibile geolocalizzare in maniera efficace e immediata ciascun attore del sodalizio (fig.1); inoltre, aprendo le pagine specifiche riservate ad ogni singola realtà è possibile rinvenire un collegamento *Maps* con la posizione della stessa e tutte le indicazioni su come raggiungerla.

Riprendendo una metodologia già applicata in diversi studi geografici il cui scopo precipuo è quello di testare il concetto di virtualizzazione degli spazi produttivi e la relativa restituzione in termini di immagine degli stessi<sup>24</sup>, è stata effettuata un’analisi del livello di comunicazione messo in atto da ogni realtà attraverso la costruzione di una griglia suddivisa in tre macroclassi (accessibilità, relazioni e rappresentazione del *milieu*); per ognuna di tali macroclassi sono state esaminate diverse variabili (Tab.1), attraverso le quali è stato possibile suddividere gli elementi costitutivi di siti web e social network, assegnando a ciascuno di essi un punteggio 0-1, con l’eccezione delle sottosezioni “social network” e “altre lingue” a cui è stato dato 1 punto per ogni canale social utilizzato o possibile traduzione (di conseguenza il numero presente in tali sottosezioni costituirà il totale delle lingue disponibili o dei canali social adoperati) (Tabb. 2-3).

---

<sup>24</sup> Cfr. Gattullo, 2000, 2001, 2003, 2008; Mimmo e Palma 2000; Mimmo e Rinella F. 2005; Gattullo, Rinella A., Rinella F., 2015; Rinella F. 2018.

Sia che si tratti di social media, siti web o volumi illustrati, testi ed immagini sono onnipresenti, quel che muta è la percentuale di utilizzo dell'uno o dell'altro mezzo. Foto e video, in particolare, mostrano non solo i fattori della conservazione delle varietà locali, ma anche la loro culla territoriale (fig.2).

**Tab.1 – Griglia di valutazione**

MACROCLASSI	SOTTOSEZIONI
1. Accessibilità	1.1 Motori di ricerca (Google)
	1.2 “Dove siamo”
	1.3 “Come arrivare”: carte/ <i>Maps</i>
	1.4 Giorni e orari di apertura
2. Relazioni	2.1 Altre lingue
	2.2 Contatti
	2.3 Sito web
	2.4 Social Network (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e “altri”)
	2.5 Blog/newsletter
	2.6 Laboratori didattici
3. Rappresentazione del <i>milieu</i>	3.1 Eventi
	3.2 Foto/video
	3.3 Storia/tradizioni

**Tab.2 – Punteggi per contenuti e per singola regione**

MACROCLASSI	1. Accessibilità				2. Relazioni						3. Rappresentazione del milieu		
SOTTOSEZIONI	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3

Attori														Tot
EcoBottega e GAS di Acquarica	1	1	1	1	0	1	1	3	1	0	1	1	0	12
Sciglio – Le Api Del Parco Paduli	1	1	1	1	0	1	0	3	0	1	0	1	0	10
GAS Botrugno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Casa delle Agricolture Soc. Agricola Coop. Gruppo di Acquisto Popolare del Salento	1	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	15
Agriturismo Serine	1	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	1	14
Ex Terra	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	8
Apicoltura Saverio Alemanno	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	8
Caseificio Artigianale Sciacuddri	1	1	1	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	7
Azienda Agricola Le Lame	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	8
Drogheria dell'Ignoto	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	8
Frutterò – Save the fruits	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	5
Dei Agre	1	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	0	13
StaiTerraTerra	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	1	1	0	8
GAS Galatina	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	8
Terre e Valori Alimentari	1	1	1	1	0	1	0	2	0	0	1	1	0	9
Comune Agricola Lunella	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	7
Azienda Agricola Dinamica Salentina di Dario Specchia	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	7
Agriturismo Calamate	1	1	1	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	9
Azienda Agricola Blasi	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	7
GAS.P – Il mercato equo solidale a San Pio	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
GAS Lecce – Oltre Mercato Salento	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	10
Il Giardino sotto il naso	1	1	1	1	2	1	1	3	1	0	1	1	0	14
GAS Leverano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GAS Maglie	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	7
Azienda Agricola Merico	1	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	0	13
Azienda Agricola Ruralia	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
Masseria Didattica Li Tummeddi	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Azienda Agricola Cosimo Chiriasi	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	1	1	0	9
Agricampeggio Le Fattizze	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	1	1	1	10
Terre Paduli	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	1	1	6
Giardini Della Grata (Cooperativa Bio Solequo)	1	1	1	1	17	1	1	3	1	0	0	1	0	28
Azienda Agrituristica Salos	1	1	1	1	0	1	1	3	0	0	0	1	0	10
Agriturismo Le Fontanelle	1	1	1	0	0	1	1	4	0	0	0	1	0	10
Azienda Agricola Stefania Stamera – Biocoltura	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	6
Mulino Maggio	1	1	1	1	0	1	1	2	0	0	1	1	1	11
La Sallentina	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	8
Agriturismo Sante Le Muse	1	1	1	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	10
Azienda Agricola La Pezza	1	1	1	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	9
Parco Paludi – Laboratorio Urbano Aperto Lua	1	1	1	0	0	1	1	4	1	0	1	0	0	11
Azienda Agricola Melusina	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	6
Azienda Agricola Lagorosso	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	1	8
I Colori Della Terra – Spazi Popolari	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	4

MACROCLASSI	1. Accessibilità				2. Relazioni						3. Rappresentazione del milieu		
SOTTOSEZIONI	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3

Attori														Tot
Contrada Serulla	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	4
Gas Matine	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Azienda Agricola Piedi Grandi	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	10
GAS MalaChianta - Squinzano	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	11
Cantina Supersanum	1	1	1	1	2	1	1	3	1	0	1	1	0	14
Agriturismo Lu Schiau	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	1	0	1	9
Gli Orti di Peppe Cooperativa Sociale Terrarossa	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
	1	1	1	0	0	1	1	4	0	1	1	0	0	11
Agriturismo Gli Ulivi Associazione Marina Serra	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	8
	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	5
Azienda Agricola Corrado Losavio	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	7
Agriturismo Masseria Gianferrante Tenuta Bianco	1	1	0	0	3	1	1	1	1	0	0	0	0	9
	1	1	1	1	2	1	1	3	0	0	1	1	0	13
Vivere la Canapa Apicoltura Impresa Agricola Dott. Luca Circhetta	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	12
	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	7
Giuseppe Bene Azienda Siliqua – Pisello Secco Di Vitigliano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cooperativa di Comunità Jemma GAS Zollino	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	8
	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	8

**Tab. 3 – Distribuzione geografica e numerica degli attori della Rete Salento km0 e relativo punteggio per contenuti (elaborazione dell'autrice)**

COMUNE/FRAZIONE	n.	ATTORI	PUNTEGGIO
ACQUARICA DEL CAPO	1	EcoBottega e GAS di Acquarica	12
BOTRUGNO	2	Sciglio – Le Api Del Parco Paduli GAS Botrugno	10 0
CASTIGLIONE D'OTRANTO (fraz. Andrano)	2	Casa delle Agricolture Soc. Agricola Coop. Gruppo di Acquisto Popolare del Salento	15
CASTRIGNANO DEL CAPO	1	Agriturismo Serine	14
CEGLIE MESSAPICA	1	Ex Terra	8
COPERTINO	1	Apicoltura Saverio Alemanno	8
CUTROFIANO	4	Caseificio Artigianale Sciacudri	7
		Azienda Agricola Le Lame	8
		Drogheria dell'Ignoto	8
		Frutterò – Save the fruits	5
FELLINE (fraz. Alliste)	2	Dei Agre StaiTerraTerra	13 8
GALATINA	2	GAS Galatina	8
		Terre e Valori Alimentari	9
GALATONE	2	Comune Agricola Lunella	7
		Azienda Agricola Dinamica Salentina di Dario Specchia	7
GALLIPOLI	1	Agriturismo Calamate	9
GROTTAGLIE	1	Azienda Agricola Blasi	7
LECCE	2	GAS.P – Il mercato equo solidale a San Pio	1
		GAS Lecce – Oltre Mercato Salento	10
LEQUILE	1	Il Giardino sotto il naso	14
LEVERANO	1	GAS Leverano	0
MAGLIE	1	GAS Maglie	7
MIGGIANO	1	Azienda Agricola Merico	13
MONTERONI	1	Azienda Agricola Ruralia	4

COMUNE/FRAZIONE	n.	ATTORI	PUNTEGGIO
MORCIANO DI LEUCA	1	Masseria Didattica Li Tumeddi	2
NARDÒ	3	Azienda Agricola Cosimo Chiriasi Agricampeggio Le Fattizze Terre Paduli	9 10 6
OSTUNI	1	Giardini Della Grata (Cooperativa Bio Solequo)	28
OTRANTO	2	Azienda Agrituristica Salos Agriturismo Le Fontanelle	10 10
PARABITA	1	Azienda Agricola Stefania Stamerra – Biocoltura	6
POGGIARDO	1	Mulino Maggio	11
PORTO CESAREO	1	La Sallentina	8
SALVE	2	Agriturismo Sante Le Muse Azienda Agricola La Pezza	10 9
SAN CASSIANO	1	Parco Paludi – Laboratorio Urbano Aperto Lua	11
SAN DONACI	1	Azienda Agricola Melusina	6
SAN DONATO	1	Azienda Agricola Lagorosso	8
SANNICOLA	1	I Colori Della Terra – Spazi Popolari	4
SERRANO (fraz. Carpignano Salentino)	2	Contrada Serulla Agriturismo Lu Schiau	4 9
SPECCHIA	1	Gas Matine	0
SPONGANO	1	Azienda Agricola Piedi Grandi	10
SQUINZANO	1	GAS MalaChianta - Squinzano	11
SUPERSANO	1	Cantina Supersanum	14
TRICASE	4	Gli Orti di Peppe Cooperativa Sociale Terrarossa	2 11
MARINA SERRA (fraz. Tricase)		Agriturismo Gli Ulivi Associazione Marina Serra	8 5
TUGLIE	1	Azienda Agricola Corrado Losavio	7
UGENTO	2	Agriturismo Masseria Gianferrante Tenuta Bianco	9 13
VASTE (fraz. Poggiardo)	2	Vivere la Canapa Apicoltura Impresa Agricola Dott. Luca Circhetta	12 7
VITIGLIANO (fraz. Santa Cesarea Terme)	1	Giuseppe Bene Azienda Siliqua – Pisello Secco Di Vitigliano	0
ZOLLINO	2	Cooperativa di Comunità Jemma GAS Zollino	8 8

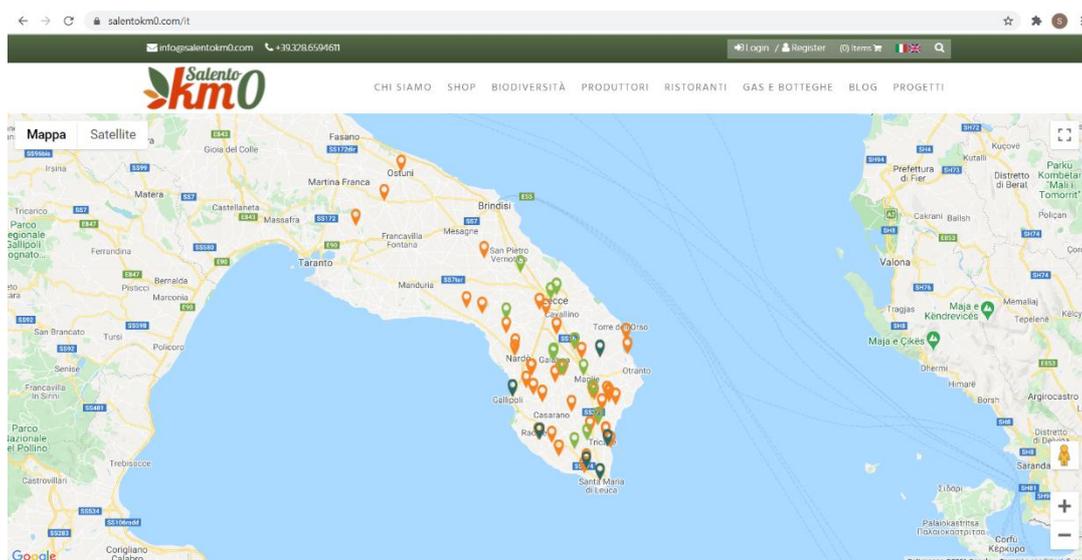


Fig. 1 – Distribuzione geografica degli attori della Rete presente sul sito Salento km0  
Fonte: www.salentokm0.com/it



Fig.2 – Esempi di post tratti dalla pagina Facebook della rete Salento km0

Dalla ricerca e analisi dei rispettivi siti e social media emerge, inoltre, l'assenza di alcune realtà, presenti unicamente sul sito generale della rete o solo su Facebook (28) e una gestione spesso non professionale degli stessi.

Il fare rete e la presenza all'interno dei canali di comunicazione di Salento km0 si configura dunque come un punto di forza per tutte quelle realtà che per questioni economiche, di tempo o di conoscenza, sono fuori, totalmente o

parzialmente, dal web, ma anche per tutte quelle la cui presenza non è significativa a causa di una cattiva gestione (ad es. aggiornamenti mancanti o non costanti).

In particolare, quasi del tutto trascurata risulta la traduzione dei siti in altre lingue (compreso quello generale della rete), con l'eccezione di alcune realtà su cui spicca "Giardini della Grata" (Coop. Bio Solequo) il cui sito web è tradotto in ben 17 lingue (fig.2), scelta che gli consente di raggiungere il punteggio finale più alto (28). Se è vero, infatti, che queste realtà si rivolgono soprattutto ad un pubblico prettamente locale, dall'altro tale mancanza si trasforma in un profondo svantaggio nell'ottica di un turismo esperienziale a carattere enogastronomico: infatti, come evidenzia il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2020, i *food traveller* corrisponderebbero attualmente al 53% dei viaggiatori nel mondo (il 94% del turismo *leisure*, quello cioè destinato a motivi di svago o cultura), i quali dunque effettuano la scelta delle proprie mete anche in base alle informazioni *user friendly* disponibili all'interno del *world wide web* (Garibaldi, 2020).

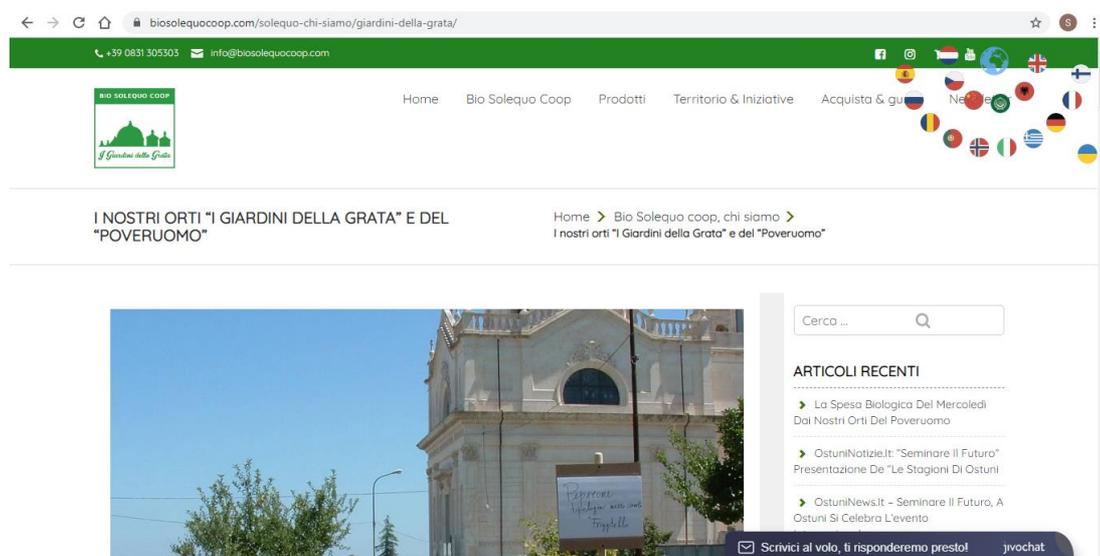


Fig. 3 – Giardini della Grata: traduzioni disponibili (icone in alto a destra)  
Fonte: biosolequocoop.com

Tutti i GAS, con l'eccezione di quello di Acquarica del Capo (legato a Ecobottega), di Lecce (legato all'associazione Oltre Mercato Salento), di Squinzano (legato all'associazione Malachianta) e quelli di Galatina e Zollino (gestiti direttamente da Salento km0), totalizzano punteggi bassi o addirittura nulli. Questo può essere spiegato attraverso la struttura spesso informale dei GAS,

costituiti da ristretti gruppi di persone il cui intento è rivolto più alla consapevolezza personale e ai rapporti diretti tra produttore e consumatore che alla comunicazione esterna.

Un indiscutibile punto di forza è l'attenzione rivolta alla divulgazione della conoscenza della biodiversità locale. Vari *link* all'interno del portale ed una pagina dedicata, consentono di scoprire e riscoprire le antiche varietà autoctone, il cui valore non riguarda solo elementi a carattere nutrizionale, ma anche i simboli e i significati di cui sono latrici, e di individuarne gli attuali "custodi".

Alla luce di queste considerazioni, dunque, si può affermare che la rete Salento km0 non propone nel *world wide web* una mera, banale e retorica mistificazione del cibo e dei luoghi del «buon tempo antico» (Teti, 1999); al contrario, l'immagine virtuale proposta evidenzia un olismo tra prodotti locali e "custodi", la quale si posiziona al di fuori della folklorizzazione o dell'enfasi emotiva per collocarsi nel presente contestualizzando nell'oggi quello che dal passato vogliamo recuperare, rivalorizzare e riattualizzare, trasformando in tal modo il cibo in un punto di forza in grado di garantire stabilità sociale, valorizzare, attrarre e proteggere, tanto la memoria dei luoghi e dei cibi ad essi legati, quanto la biodiversità specifica che sugli stessi nasce e che da essi difficilmente può essere svincolata.

### **Riferimenti bibliografici**

- Barbera, F.; Dagnes, J., 2017, *Le filiere agroalimentari alternative a Torino e in Piemonte: una questione di qualità*, Bollettino della Società Geografica Italiana, 12 (10), pp. 177-187.
- Baudrillard, J., (1974) 2012, *La società dei consumi*, Il Mulino, Bologna.
- Cristante, S., 2005, *Media Philosophy. Interpretare la comunicazione-mondo*, Liguori Editore, Napoli.
- Franchi, M., 2009, *Il cibo flessibile. Nuovi comportamenti di consumo*, Carocci Editore, Roma.
- Garibaldi, R., 2020, *Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2020. Trend e tendenze*.
- Gattullo, M., 2000, *La Puglia virtuale: nuovo centro o vecchia periferia?*, in «Atti della XXI Conferenza Italiana di Scienze Regionali», cd-rom, IPiGeT-CNR, Napoli.
- Gattullo, M., 2001, *Dalla regione «naturale» alla regione «virtuale»: una valutazione comparativa di vecchie e nuove «discriminanti»*, in «Atti della XXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali», cd-rom, IPiGeT-CNR, Napoli.

- Gattullo, M., 2003, *Identità locale e immagine virtuale. Le denominazioni d'origine del vino attraverso la rete: nuova opportunità di sviluppo locale?*, in «Atti della XXIV Conferenza Italiana di Scienze Regionali», cd-rom, IPiGeT-CNR, Napoli.
- Gattullo, M., 2008, “Dentro la «rete» - Osservazioni sulla virtualizzazione di spazi, luoghi e territori”, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», XIII (I), pp. 367-398.
- Gattullo, M.; Rinella A.; Rinella F., 2015, *L'immagine pubblica del turismo enogastronomico delle regioni italiane: nuove “idee di viaggio” per sapori e profumi tradizionali?*, in «Annali del Turismo “Cibo e Turismo”», anno IV, 1, Novara, Edizioni Geoprogess, pp. 51-70.
- Mimmo, M.C.; Palma, E., 2001, *Funzioni pubbliche e città 'digitali'. Una valutazione comparativa dei venti capoluoghi regionali*, in A. Rinella (a cura di), *Funzioni pubbliche e città 'digitali': esperienze a confronto*, Bari, Wip Edizioni Scientifiche, pp. 23-48.
- Mimmo, C.; Rinella, F., 2005, *Dal mare alla 'rete': il turismo dei comuni adriatici italiani*, in Cardinale B. (a cura di), «Atti del Convegno 'Sviluppo globale e società nei Paesi del sistema adriatico'», Teramo, 9-11 giugno 2004, Memorie della Società Geografica Italiana, Roma, Società Geografica Italiana, LXXVII, pp. 401-414.
- Pettenati, G., 2017, *AFNIA – Alternative Food Networks: an Interdisciplinary Assessment*. URL: <http://atlantedelcibo.it/2017/05/28/afnia-alternative-food-networks-an-interdisciplinary-assessment/>, ultimo accesso 26.12.2020.
- Pirotta, L., 2019, *Strategie e tattiche di neuromarketing per aziende e professionisti*, Primula Print SRL, Palermo.
- Randelli, F.; Rocchi, B.; Stefania, G., 2017, “Alternative Food Networks e città in Italia: un'analisi spaziale a partire dai dati di censimento”, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», 12 (10), pp. 165-175.
- Rinella, F., 2018, *Un tour virtuale nei centri termali pugliesi*, in De santis G. (a cura di), *Salute, Etica, Migrazione, Dodicesimo Seminario Internazionale di Geografia Medica* (Perugia, 14-16.12.2017), Perugia, Guerra Edizioni Edel srl, pp. 471-484.
- Teti, V., 1999, *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Meltemi Editore, Roma.

biosolequocoop.com  
 osservatorio.lifegate.it  
 wearesocial.com  
 wfdsa.org  
 www.bva-doxa.com  
 www.salentokm0.com/it

### **III Sessione *Narrazioni umane e comunicazione***

La persona nel suo sviluppo e nella sua evoluzione racconta sé stessa in rappresentazioni narrative e forme identitarie autentiche. Il pensiero narrativo definisce luoghi, modi e tempi del cambiamento sociale e personale e costituisce una forma del conoscere umano.

La narrazione è strumento di *interpretazione, comprensione e ricostruzione* della realtà tanto del singolo che della comunità. In tale prospettiva il pensiero narrativo è pratica umana inevitabile ma è anche modello di ricerca scientifica valido per i diversi campi del sapere e per dare senso all'esperienza. I contributi offrono poliedriche prospettive di espressione di tale modello di studio e di comprensione critica della realtà umana e sociale nella quale lo spazio comunicativo costituisce il luogo dell'incontro tra soggetto e oggetto, tra soggetti, politica e culture.

**Chair:** Giuseppe Annacontini

**Discussant:** Luciana Petracca, Ferdinando Spina

## Comunicare e Curare. Dall'Autoreferenzialità del Sintomo alla Dialettica del Desiderio

Chiara Agagiù

### **Communicating and Caring: From the Symptom's Self-reference to the Desire's Dialectics.**

*The following study, part of a Lacanian psycho-pedagogical research, concerns the weight of truth covered by the subconscious' formation in subjectivation. Assuming, therefore, that the subconscious is structured as a language, the symptom takes shape from this perspective as the witness of a hidden meaning behind the rhetorical structure of the subject's discourse. The communicative action—not to be treated as a mere transmission of information, but as the action triggered by transference dynamics activated by desire—extends the action of Care from its own environment to the pedagogical one, considering the interest in subjectivation and what concerns the relationship of the subject's truth with himself is the base of the educational act. The pedagogy inherits a stance from psychoanalysis in which the symptom, as a “fortuitous happening,” passes from its asphyxiated self-reference to a broad and generative hermeneutics perspective thanks to the semantic expansion operated by the après coup action (afterwardness) of the analytic discourse.*

**Keywords:** Symptom; Subjectivation; Unconscious; Language; Discourse; Self-formation; Psychopedagogy; Lacanian psychoanalysis; Desire; Care.

*Flectere si nequeo Superos  
Acheronta movebo.  
(Eneide, VII, 312)*

*Il sintomo come linguaggio dell'inconscio e il “cammino significativa della verità”*

“Il linguaggio umano costituirebbe una comunicazione in cui l'emittente riceve dal ricevente il proprio messaggio in forma invertita” (Lacan, 1966, p. 291): in *Funzione e Campo della parola e del linguaggio in psicoanalisi* Jacques Lacan spiega come, nei termini di un discorso che riguardi la verità del soggetto, sia da abolire l'illusione non soltanto dell'aderenza tra senso e segno linguistico, ma anche della presunta corrispondenza tra io coscienziale e soggetto dell'inconscio. Richiamando la costitutiva alterità dell'essere umano, il processo dialettico cui fa riferimento Lacan riguarda il *riconoscimento* che l'altro opera sul messaggio dell'emittente. È su questo punto che si approfondirà, a seguire, la dimensione comunicativa del transfert attivata dal desiderio, e la possibilità di ereditare dalla psicoanalisi una postura pedagogica che abbia al centro la *soggettivazione*. Prima di passare a questo aspetto, è necessario però chiarire cosa si intenda per ‘cammino significativa della verità’ e, dunque, come le formazioni (linguistiche) dell'inconscio possano costituirsi come foriere di un discorso altrimenti inascoltato,

fondamentali nell'ottica di 'disalienare' il soggetto in formazione, in quanto portatrici di un senso che oltrepassa la mera corrispondenza tra significante e significato.

Il lavoro di 'ritorno a Freud' operato da Jacques Lacan verte, essenzialmente, nel prosieguo di quella che egli reputa essere la più rilevante scoperta del fondatore della psicoanalisi, ovvero che l'inconscio sia strutturato come un linguaggio (ivi, p. 262). Soprattutto nella fase che si estende fino agli anni Cinquanta, la produzione lacaniana è influenzata dallo Strutturalismo (e, specificamente, dalla ricezione saussuriana): l'autore insiste nel porre l'accento sulla natura intrinsecamente linguistica del soggetto, liberando dunque l'inconscio da una visione di 'area pentacolare riservata all'oscurità'<sup>25</sup> altrimenti configurata dagli stessi contemporanei e che, ancora oggi, si attribuisce in una cristallizzazione dell'uso comune del lemma designante la sfera irrazionale, istintuale, incontrollabile dell'individuo. Seguendo l'orientamento lacaniano elaborato nella sua prima fase, dunque, le formazioni dell'inconscio quali sintomi, motti di spirito, sogni sarebbero invece quanto di più vicino alla *verità* del soggetto. Tali formazioni risultano caratterizzate, però, nella propria struttura retorica, da una sospensione tra il rapporto arbitrario tra significante e significato: nel linguaggio dell'inconscio si afferma il primato di un significante che sfugge da ogni corrispondenza oggettuale immediata, diversamente da quanto accade, invece, nel linguaggio 'cosciente'. È proprio l'attribuzione di supremazia al significante a operare una vera e propria rivoluzione nella psicoanalisi, e dalla psicoanalisi alla storia dell'uomo nel dopo-Freud, che "per quanto incompreso sia stato, per quanto confuso ciò che ne è seguito [...] costituisce una rivoluzione inafferrabile ma radicale" (ivi, p. 522).

Ne *L'istanza della lettera dell'inconscio*, Lacan avvia la sua analisi partendo dall'uso retorico del linguaggio operato nella lingua poetica, e ciò per fornire esempi sui funzionamenti della metafora e della metonimia, tropi di cui l'inconscio si serve, appunto, per comunicare nei sogni. È qui che Lacan riconosce a Freud la scoperta della 'via regia' per parlare di inconscio e, segnatamente, fa riferimento alla *Traumdeutung*, dove la descrizione dei meccanismi di condensazione e

---

<sup>25</sup> Si prende qui a prestito la perifrasi che, nella voce «Filologia» dell'Enciclopedia del Novecento (1977), Gianfranco Contini costruisce per riferirsi a quei passi danteschi che sfuggono all'analisi testuale del filologo, "da lambire e oltrepassare in convenzionale reverenza".

spostamento sanciscono il potere del significante, e “molto in anticipo sulle formalizzazioni della linguistica” (ivi, p. 507). Insieme a *Psicopatologia della vita quotidiana* e *Il motto di spirito e la sua relazione con l'inconscio*, *L'Interpretazione dei sogni* si configura per Lacan come il primo tentativo nella storia dello studio della soggettività di rilevarne il peso della struttura linguistica, con inevitabili ricadute sull'approccio terapeutico. Configurare le formazioni dell'inconscio in termini di vettori di verità del discorso è pari a una rivoluzione copernicana, atta a decentrare ulteriormente l'individuo dalla sua padronanza finanche del suo mondo interiore. *Penso dove non sono, sono dove non penso* (ivi, p. 512): è il rovesciamento del cogito cartesiano che indica, nella prospettiva lacaniana, che il soggetto sia più vicino alla verità proprio nei luoghi in cui egli inciampa, nell'ambiguità di quella comunicazione retorica, e non dove alberghi il ‘trastullo del pensiero’ (dal linguaggio della scienza a quello dell'uso). Il sintomo è dunque definito affine al meccanismo ‘a doppio scatto’ della metafora, un *dispositivo* in grado di dire la verità: “il sintomo si risolve per intero in un'analisi del linguaggio, poiché è esso stesso strutturato come un linguaggio, è linguaggio la cui parola deve essere liberata” (ivi, p. 262). Benché nella seconda fase della sua produzione si attribuisca al sintomo maggiore peso di una quota di godimento (*jouissance*; di qui, la riformulazione del *sinthomo*)<sup>26</sup>, negli *Scritti* emerge una peculiare attenzione alla configurazione retorica del discorso dell'analizzato, un discorso che è manifestazione di una identità narrante, di peculiare e irripetibile *costruzione di senso*. È in questa prospettiva che si rivela necessaria un'ermeneutica pedagogica, come si vedrà, che estenda l'orizzonte della Cura dal lessico proprio del setting alle dinamiche di risemantizzazione che sottendono tutti i processi di costituzione del soggetto.

La psicoanalisi lacaniana sottrae il *sintomo* dalla sua accezione di *disturbo* e lo consegna a un nuovo statuto: il sintomo diventa un *testo*, un romanzo, un libro nel quale è condensata la storia emotiva della nostra vita (il “conosciuto non pensato”). In questo *testo*, metaforicamente (e seguendo la lezione di Freud), ci sono paragrafi

---

<sup>26</sup> Cfr. La formulazione presente in J. Lacan, *Le Seminaire. Livre XXIII. Le sinthome (1975-1976)*, Paris, Seuil, 2005, che contiene in appendice anche la trascrizione della relazione *Joyce il sintomo*, conferenza del 16 giugno 1975 tenuta nel grande anfiteatro della Sorbona in apertura del V Simposio internazionale su James Joyce.

illeggibili, capitoli censurati, pagine scritte in una lingua che non riusciamo a decifrare perché non è la nostra, non è quella dell'Io coscienziale. Il soggetto non comprende l'idioma con cui è scritto il libro della sua vita psichica e alcuni *passi* si trasformano in esternazioni (sintomi, appunto) che, lungi dall'essere emendati, esigono una trascrizione, una decodifica (Pesare, 2017, p. 108).

È in tale contesto che si considera il sintomo come dispositivo pedagogico<sup>27</sup>, rendendo fertile tale allargamento disciplinare nell'ottica di una *clinica pedagogica* che abbia al centro la soggettivazione<sup>28</sup>.

#### *Evenemenzialità del sintomo e risemantizzazione après coup*

Richiamando la radice etimologica del lemma 'sintomo' [dal gr. σύμπτωμα «avvenimento fortuito, accidente»], tanto nel lessico clinico quanto nell'estensione del linguaggio comune, esso si configura come indizio di un fenomeno probatorio dello stato di 'malattia' o, se vogliamo, di allontanamento dalla *normosfera* dell'individuo. Posto il suo carattere evenemenziale, e che l'io si costituisca come un sintomo (in quanto, nella prospettiva psicoanalitica sopra richiamata, è alle formazioni dell'inconscio che si consegna uno statuto di verità), ogni passo del processo di soggettivazione non potrà che considerarsi come intrinsecamente trasformativo:

il sostantivo σύμπτωμα [...] ci traghetta verso quel plesso di significati riconducibili all'Ereignis heideggeriano: l'esistenza intesa come Evento, per cui la soggettività umana si dà, cioè accade [...] è progetto continuo. In questo senso il soggetto

---

<sup>27</sup> Il termine 'dispositivo' è qui riferito alla teoria deleuziana della soggettivazione, che riprende la lezione di Foucault nei termini di 'produzione di soggettività attraverso un dispositivo' (Deleuze, 1989).

<sup>28</sup> Il modello italiano che maggiormente ha intrapreso il dialogo tra pedagogia e psicoanalisi è la scuola di Riccardo Massa negli anni Ottanta, la quale si volge "al reperimento della struttura simbolica e materiale dell'accadere educativo" (Massa, 1988, p. 198). Di questo modello si recupera, principalmente, un atteggiamento di ricerca che presenta una valenza euristica di ricerca sull'oggetto in "formazione" (cfr. Ulivieri Stiozzi). Nella dimensione narrativa dell'identità richiamata dal tema dell'oggetto di studio, è implicita infatti l'indagine delle dimensioni latenti come modelli, codici e dispositivi in gioco nei processi educativi e formativi. In questo senso, una psicopedagogia del soggetto di orientamento lacaniano si serve di strumenti atti ad indagare i progetti di soggettivazione, che sono intrinsecamente costituiti, tra gli altri aspetti, da strutture simboliche fatte di parola, dunque di linguaggio, quindi di pratiche narrative. Come sottolineato appunto dalla Clinica della formazione, che 'fa parlare' l'inconscio dell'educazione, l'intento di questo approccio di ricerca è un'attività di meta-riflessione attraverso materiali linguistici e iconici, oltre che sui modelli di comprensione, di interpretazione dei codici e di individuazione dei dispositivi di soggettivazione.

pedagogico è, metonimicamente, l'espressione del suo sintomo: esso si dà come continua auto-creazione e lo sfondo educativo contiene la sua essenza in continua interpretazione, come un dovere ermeneutico (Pesare, 2017, p. 12).

La soggettivazione non avrà dunque nulla che vedere con una *entelechia* aristotelicamente intesa, ovvero un destino inevitabilmente inscritto nell'uomo, definitivo passaggio dalla potenza all'atto ma, piuttosto, si intenderà come processo di *Umbildung* (auto-formazione) fatto di ciò che 'accade' di volta in volta (cfr. Sola, 2003) e, dunque, ritrovando nella natura intrinseca del sintomo come 'accadimento' la verità del soggetto. È proprio in questo senso che il sintomo può considerarsi un dispositivo, una *tecnologia per il sé*.

Sostando nella dimensione temporale evocata, ovvero l'aspetto dell'accadimento, accostiamo ad esso il movimento della *Nachträglichkeit*, termine coniato da Sigmund Freud per designare il processo di *azione differita* nella rilettura dell'evento in atto nel processo di analisi. Tradotto anche come 'posteriorità' o 'retroattività', la *Nachträglichkeit* introduce un ripensamento degli statuti di temporalità e causalità psichiche, aprendo una prospettiva ermeneutica che, dal tempo circoscritto dell'accadimento, porta il sintomo a risemantizzarsi nel tempo lungo del processo di soggettivazione. Si tratta di "una parola in pieno esercizio", in quanto "il sintomo è il significante di un significato rimosso dalla coscienza del soggetto" (Lacan, 1966, p. 274) che, però, può essere ritrovato. Le risoggettivazioni dell'evento, infatti, necessarie per spiegare gli effetti a ciascuna delle svolte in cui il soggetto si ristrutturava, rispecchierebbero *altrettante ristrutturazioni dell'evento stesso* "che si operano, secondo il suo termine, *Nachträglich*, successivamente [*après coup*]" (ivi, p. 250).

L'inconscio, per Lacan, rappresenta una verità che può essere ritrovata perché già scritta *altrove*: nei monumenti (ovvero nel corpo), nei documenti d'archivio (la memoria), nell'evoluzione semantica (il proprio 'stock' di vocabolario), nel proprio 'romanzo familiare' (pagine di gloria o vergogna allo stesso modo vincolano il soggetto alla sua storia), nelle tracce la cui esegesi ristabilisce il senso del suo discorso (ivi, pp. 252-253).

*Wo es war, soll Ich werden*, enunciazione freudiana che potrebbe tradursi con "dove fu così, io devo avvenire". Un'esortazione, che parimenti richiama la

risposta alla domanda posta dalla Coscienza ne *La Gaia Scienza*: “devi diventare quello che sei”; non è forse questo lo sprone dell’atto pedagogico?

Sintomo e desiderio, nella prospettiva retorica del linguaggio, si configurano come tropi: se il sintomo è metafora (in quanto la sostituzione avviene per un nesso di somiglianza) e il desiderio è metonimia (sta al posto di qualcos’altro, ma non è la Cosa stessa), allora il cammino da svolgersi è tutto lungo il discorso.

Richiamando Foucault, le *tecnologie del sé* permettono ai soggetti (da soli o con l’aiuto di altri) un certo numero di operazioni da condurre sul proprio corpo o sulla propria anima e che siano in grado di produrre una concreta trasformazione, con lo scopo di raggiungere una certa quota di “felicità, purezza, saggezza, perfezione o immortalità”. (Foucault, 1988, p.18). Per il filosofo francese, infatti, “non vi è instaurazione della verità senza una posizione essenziale dell’alterità; la verità non è mai il medesimo; non può esserci verità che nella forma dell’altro mondo e della vita altra” (Foucault, 2009, p. 311). Ed è il medesimo punto sul quale la psicoanalisi lacaniana insiste: il rapporto costitutivo con l’alterità già emerso trattando delle formazioni dell’inconscio. L’alterità, nella formazione di un soggetto, nella prospettiva lacaniana è costitutiva in quanto richiama lo iato che si frappone tra il *je* e il *moi*, l’io coscienziale e il soggetto dell’inconscio.

“È sempre nel rapporto tra l’io (*moi*) del soggetto con io (*je*) del suo discorso che dovete comprendere il senso del discorso per disalienare il soggetto” (Lacan, 1966, p. 292).

L’alterità per un soggetto è assunta altresì a livello immaginario nello stadio dello specchio (ovvero nel momento in cui il bambino si riconosce nel dispositivo-specchio passando da corpo-in-frammenti a un’immagine unitaria). E c’è inoltre anche un’altra alterità, a livello simbolico, in quanto il linguaggio, il *Grande Altro*, è un codice uguale per tutti che, però, l’individuo assume declinandolo in maniera irripetibile, nell’unicità della sua soggettivazione. Tanto che Lacan arriverà a postulare che *l’inconscio del soggetto è il discorso dell’altro* (ivi, p.258). La relazione tra il soggetto e la sua verità postula, dunque, l’alleanza con il proprio sintomo.

Ebbene, per ogni soggetto esiste qualcuno – dice Lacan – che dà la possibilità di trasformare il suo sintomo in un *sensò*, a condizione che questo qualcuno sia investito di un transfert, cioè a condizione che gli si attribuisca il ‘sapere necessario’ per realizzare quel senso che il soggetto non riesce a decifrare. Questo qualcuno Lacan lo definisce *Soggetto supposto Sapere*, cioè il soggetto che si suppone possieda una quota di sapere circa il nostro desiderio inconscio (Pesare, 2017, p. 108).

Seguendo le immagini (foucaultiana) del *Maestro* e del (lacaniano) *Soggetto supposto Sapere* è possibile abbracciare un orizzonte più ampio di Cura, il quale è connesso al transfert pedagogico che si realizza nella relazione imprescindibile con l’alterità; nella prospettiva di un indirizzamento alla verità che presuppone il graduale scioglimento di ogni soluzione di compromesso, è data la possibilità di accedere a una dimensione finalmente disalienante, aprendo il soggetto a una visione più congeniale di sé stesso.

#### *Nella dimensione etica della Cura: la postura pedagogica*

Dalla psicoanalisi la pedagogia eredita, dunque, la possibilità di una *postura*. Il concetto di *Cura* in pedagogia riprende, infatti, il pensiero foucaultiano che ha, alla base, l’immagine di maestro come “colui che ha cura che l’altro abbia cura di sé”: come evidenziato da Mortari, conoscersi e aiutare l’altro a conoscersi è il *proprium* dell’educare, implicando un’etica della condivisione, dove, nella pratica della scrittura

la funzione del linguaggio è strutturante rispetto alla realtà e non meramente espressiva, perciò è decisivo assumersi la responsabilità etica della parola. Non si può prescindere dal perseguire un’etica della parola per una scrittura che sappia contribuire alla cura di sé (Mortari, 2020, p. 46).

Ed è proprio nel concetto di Cura che si rintraccia il nesso tra clinica e pedagogia; ben lungi dal considerare la Cura come processo normalizzante, e la formazione come messa-in-forma del soggetto, essa è da intendersi connessa alla *verità* e alla *volontà* dell’individuo. O meglio: la Cura si fa interprete del *desiderio* dell’individuo, dove il rapporto di tipo transferale dà senso all’altrimenti

intraducibile del sintomo. È in questo senso che si intende l'erotica dell'insegnamento, ovvero il sapersi fare interprete della mancanza, che è desiderio di sapere:

attraverso l'attivazione di quelle dinamiche comunicative che Lacan definisce *parola piena*, staccando il soggetto in formazione da una dimensione omologante presentandogli la possibilità di accedere alla sua più congeniale visione del mondo (Pesare, 2017, p. 113).

La *parola piena*, pertanto, rappresenta l'opposto della *parola vuota* del rituale, della sovrastruttura ideologica (e dunque, linguistica) della realtà. Vale la pena citare, a tale proposito, la nozione di sintomo presentata da Slavoj Žižek ne *L'oggetto sublime dell'ideologia* (1989):

Precisely because of such a notion of social 'excesses', Lacan pointed out that it was Marx who invented the symptom: Marx's great achievement was to demonstrate how all phenomena which appear to everyday bourgeois consciousness as simple deviations, contingent deformations and degenerations of the 'normal' functioning of society (economic crises, wars, and so on), and as such abolishable through amelioration of the system, are necessary products of the system itself- the points at which the 'truth', the immanent antagonistic character of the system, erupts. To 'identify with a symptom' means to recognize in the 'excesses', in the disruptions of the 'normal' way of things, the key offering us access to its true functioning. This is similar to Freud's view that the keys to the functioning of the human mind were dreams, slips of the tongue, and similar 'abnormal' phenomena (Žižek, 1989, p. 144).

Negli stessi anni, il filosofo sloveno utilizza la metafora del sintomo non solo per qualificare il movimento punk e le avanguardie artistiche nel periodo che precede l'indipendenza della Slovenia ma, anche, per dare consistenza al suo lavoro inerente la critica all'ideologia. È proprio Žižek a riprendere (non a caso) l'epigrafe dell'*Interpretazione dei Sogni* "Flectere si nequeo Superos Acheronta movebo", traducendo il secondo termine del chiasmo come "moving the Underground" (Žižek, 2005, p. XIII). L'esametro virgiliano diventa qui per Žižek un emblema della critica all'ideologia: scomponendo e reinterpretando il verso latino, i *Superos*

virgiliani (gli dei, la Legge) in un contesto laico come quello socialista corrispondono, per l'appunto, all'ideologia, dunque all'ordine del discorso dominante; i torbidi fanghi infernali dell'Acheronte, che per il Freud della *Traumdeutung* rappresentano il libero agire dell'inconscio e del rimosso riaffiorante nella dimensione onirica, per Žižek diventano l'*Underground* come terreno di rivincita del desiderio<sup>29</sup> sulla Legge. In questo senso si legge il *nazi-punk affair* legato alle subculture slovene; non a caso, si definiscono come retro-avanguardie proprio in quanto portatrici visibili del trauma (utilizzando codici artistici che richiamano la simbologia dell'oppressore) ma che, con un'azione *après-coup*, non solo risemantizzano i linguaggi del passato, ma svelano la *parola vuota* del rituale ("Punk is a symptom").

Desiderio è, dunque, la parola che connette il concetto di Cura a quello di Etica; un'etica che non coincide con il giudizio morale, con il Sommo Bene (definito da Lacan come una "fantasticheria borghese"); piuttosto è "una dimensione etico-pedagogica, dove il soggetto assume il suo desiderio come la cosa più propria che ha, come la verità più originale della sua vita" (Pesare, 2017, p. 122).

"Avete agito conformemente al desiderio che vi abita?"<sup>30</sup> – chiede Lacan. Il sintomo si può dunque considerare come un dispositivo in grado di dire *altro*, qualcosa in più, qualcosa che si avvicini alla verità del soggetto; il sintomo è caposaldo traballante, irrequieto, eterofondato dell'identità, di un soggetto inevitabilmente barrato, che pensa dove non è, ed è dove non pensa – parafrasando Lacan e con buona pace di Cartesio. Per tale ragione, la postura etica implicata non può che configurarsi come un incontro di parola, dove il soggetto esiste attraverso l'inconscio, che nasce nel momento in cui il soggetto accede al linguaggio, fa incontro dell'alterità, e l'urgenza della *propria* verità è il primo passo per il cambiamento. A ogni soggetto, in quest'ottica, è fatto dono del proprio sintomo

---

<sup>29</sup> La parola 'godimento' è la traduzione del termine *jouissance*, che indica, nella terminologia lacaniana, la coazione a ripetere; non ha nulla a che vedere con il desiderio che, a differenza dell'impantamento omeostatico prodotto dal godimento, si fa forza motrice del processo di *Selbstbildung* (autoformazione) dell'individuo.

<sup>30</sup> "Avez-vous agi conformément au désir qui vous habite?", recita il testo in lingua. La citazione è tratta dal Seminario VII, dedicato proprio al tema dell'etica della psicoanalisi. cfr. bibliografia.

“non per abbandonarlo alla sua sofferenza, ma per decodificare il messaggio nella bottiglia della sua irriducibile peculiarità” (ivi, p. 128).

Atto di Cura, dunque, come atto ermeneutico; tempo e luogo di un incontro in cui l'analisi dei significanti si fa processo di simbolizzazione nel quale reinterpretare (dunque aprire) il proprio passato attribuendogli nuovi significati. È dal futuro dell'interpretazione che arriva il passato (*après-coup*), e il transfert è un'illusione necessaria affinché sia prodotta una certa quota di verità di cui il sintomo è portatore; *jouis-sence*, come scriverebbe Žižek.

In other words, symptom is the way we - the subjects - 'avoid madness', the way we 'choose something (the symptom-formation) instead of nothing (radical psychotic autism, the destruction of the symbolic universe)' through the binding of our enjoyment to a certain signifying (Žižek, 1989, p. 81).

Ecco perché il riconoscimento di un sintomo è considerato un regalo in termini di autoformazione: identificandosi con un sintomo il soggetto guadagna una prospettiva personale riguardo la sua posizione nel mondo, e l'atto della Cura dovrebbe sempre muoversi in questa coraggiosa direzione.

### **Riferimenti bibliografici**

- Deleuze, G., 1989, *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Seuil, Paris.
- Deleuze, G., 2020, *La soggettivazione. Corso su Michel Foucault (1985-1986)/3*, Ombre Corte, Verona.
- Foucault, M., 1988, *Technologies of the Self. A Seminar with Michel Foucault*, The University of Massachusetts Press, Amherst, MA, tr.it., 1992 (2020), *Tecnologie del sé. Un seminario con Michel Foucault*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Foucault, M., 2009, *Le courage de la vérité. Le gouvernement de soi et des autres II. Cours au Collège de France 1983-1984*, Gallimard-Seuil, Paris; tr.it., 2011 (ed. 2018), *Il coraggio della verità. Il governo di sé e degli altri II. Corso al Collège de France (1984)*, Feltrinelli, Milano.
- Lacan, J., 1966, *Ecrits*, Seuil, Paris, tr.it., 1974 (2002), *Scritti*, Einaudi, Torino.
- Lacan, J., 1986, *Le Séminaire, Livre VII. L'éthique de la psychanalyse*, Seuil, Paris, tr.it., *Il Seminario, Libro VII. L'etica della psicoanalisi*, 1994 (2008), Einaudi, Torino.
- Lacan, J., 2001, *Autres écrits*, Seuil, Paris, tr.it., 2013, *Altri Scritti*, Einaudi, Torino.
- Lacan, J., 2005, *Le Séminaire, Livre XXIII. Le sinthome*, Seuil, Paris, tr.it., 2006, *Il Seminario, Libro XXIII. Il sinthomo*, Astrolabio-Ubaldini Editore, Roma.
- Massa, R., 1992, *La clinica della formazione: un'esperienza di ricerca*, Franco Angeli, Milano.

- Mortari, L., 2020, *Gemme di senso nel cammino dell'anima*, in G. Annacontini; M. Pesare (Eds.), *Costruire Esistenze. Soggettivazione e tecnologie formative del sé*, Mimesis, Milano, pp. 24-47.
- Orsenigo, J.; Ulivieri Stiozzi, S., 2018, "La Clinica della formazione in Italia", in «Cliopsy. Clinique d'orientation psychanalytique dans le champ de l'éducation et de la formation», 20, pp. 23-37.
- Pesare, M., 2015, *Per una psicopedagogia del soggetto di indirizzo lacaniano*, in M. Tomarchio; S. Ulivieri Stiozzi (Eds.), *Pedagogia militante. Diritti, culture, territori*, ETS, Pisa, pp. 639-646.
- Pesare, M., 2017, *Il soggetto barrato. Per una psicopedagogia di orientamento lacaniano*, Mimesis, Milano.
- Riva, M. G., 2000, *Studio clinico sulla formazione*, Franco Angeli, Milano.
- Riva, M. G., 2004, *Il lavoro pedagogico come ricerca dei significati e ascolto delle emozioni*, Guerini Scientifica, Milano.
- Sola, G., 2003, *Umbildung. La 'trasformazione' nella formazione dell'uomo*, Bompiani, Milano.
- Žižek, S., 1989, *The Sublime Object of Ideology*, Verso, Londra-New York.
- Žižek, S., 2005, *Foreword: they moved the Underground*, in A. Monroe (Ed.), *Interrogation machine: Laibach and NSK*, MIT Press, Cambridge-Londra.

## Alla conquista del Parlamento europeo. Strategie comunicative e campagne elettorali del PCI durante le elezioni europee del 1979 e del 1984

Michele Pieroni

**The Italian Communist Party and the European Parliament. Communication strategies and electoral campaigns during 1979 and 1984 european elections.** *At the beginning of the 80's, while not denying its own membership in the international communist movement, the PCI tried a relocation on the international chessboard, starting a more intense dialogue with the socialist and the social-democratic forces of Western Europe, trying to undertake a new path free from Moscow influences. In this context the PCI changed also its approach toward the European Integration process.*

*While in the past the historiographical debate has been mainly concerned with the relation between the PCI, the international communist movement and the Soviet Union, more recent studies have focused on the international action of the party in relation to European integration process.*

*These works have mainly dealt with the phase of the PCI rejection of the communitarian policies (1950-1960) and on the reconsideration of those same policies during the 60's. On the contrary very few researches have been devoted to the next phase of the PCI stance toward the European integration process, that is the firm acceptance, by the party, of the idea of European unity. In order to investigate more deeply this latter phase, this paper aims at analyzing the communication strategies that the PCI adopted during the electoral campaigns for the European elections of 1979 and 1984. Moreover the object of this article is to reflect in a more detailed way upon communication techniques, identifying the main issues dealt with during PCI election campaigns. To broaden this analysis, the paper considers also some aspects of political communication in relation to the big changes experienced by the Italian society during the 80's.*

*The article is based on the following primary sources: the party propaganda manifestos, the declarations which the candidates released during the electoral forums, the reports of the communication office that set up the election campaigns and the election advertisements commissioned by the PCI.*

**Keywords:** European integration, political communication, Partito comunista italiano, european elections, European Parliament

*"[...]Un potere nuovo, multinazionale, che possa affrontare con nuove strutture e con nuovi metodi di lavoro i problemi che i singoli Stati non riescono, con palese evidenza, a risolvere: moneta, credito, energia, sanità, ricerca scientifica. Non si tratta di creare un nuovo Stato supernazionale, ma un organismo nuovo, che trovi una base democratica nella elezione di un Parlamento eletto a suffragio universale, che abbia reali poteri di controllo e di decisione. É previsto che il nuovo Parlamento avrà poteri essenzialmente consultivi. [...] Perché scomodarsi per eleggere un organo a cui si vuole continuare a negare la possibilità di funzionamento?"*

(G. Amendola, *I comunisti e l'Europa*, 1971)

La politica internazionale del PCI ha interessato numerosi storici, che ne hanno indagato le rotte sullo sfondo di una caratteristica esclusiva: quella di essere il più grande partito comunista del campo occidentale. Se, inizialmente, il dibattito storiografico si è concentrato prevalentemente sulla relazione tra PCI, movimento comunista internazionale e Unione Sovietica, negli ultimi anni un nuovo filone di studi si è proposto di studiare l'azione internazionale del partito nel processo di integrazione europeo. Questi lavori hanno mostrato un particolare interesse verso la fase del rifiuto delle politiche comunitarie (anni '50-'60 del secolo scorso) e verso quella del ripensamento, avvenuta nel corso degli anni '60. Scarsi sono stati invece i contributi che hanno focalizzato l'attenzione sulla fase successiva, quella, cioè, della netta adesione del partito all'idea di unità europea. Del resto, appare evidente che non si possa prescindere dal fatto che almeno dagli inizi degli anni '80, pur non rinnegando la propria appartenenza al movimento comunista internazionale, il PCI tentò un ricollocamento sullo scacchiere internazionale, avviando un dialogo più intenso con le forze socialiste e socialdemocratiche dell'Europa occidentale e intraprendendo una traiettoria sempre più nettamente divergente dagli orientamenti di Mosca.

Alla luce della necessità di indagare più approfonditamente questa fase e in linea con le finalità di studio del Workshop, il presente contributo intende analizzare le strategie comunicative adottate dal PCI nel contesto delle campagne elettorali svoltesi durante le elezioni europee del 1979 e del 1984. L'impianto dell'analisi si innerva di alcuni aspetti riguardanti la comunicazione politica mettendoli in relazione con i grandi mutamenti che investirono la società italiana nel corso degli anni '80.

Le fonti privilegiate sono i manifesti di propaganda del partito, le dichiarazioni dei candidati rilasciate durante le tribune e comizi, i verbali dell'ufficio comunicazione addetto all'allestimento delle campagne elettorali per le europee e gli spot elettorali commissionati dal PCI. L'obiettivo di fondo è una più circostanziata riflessione sulle tecniche comunicative che individuino le tematiche principali che caratterizzarono le campagne elettorali del PCI.

*La delusione del '79, il successo dell'84: l'Europa come principale arena internazionale*

Per il Partito Comunista Italiano le elezioni europee del 1979 e del 1984 rappresentarono a tutti gli effetti i punti di una svolta già tracciata nel periodo immediatamente precedente, quando cioè il partito di Botteghe Oscure aveva cominciato a rielaborare la propria politica estera e di conseguenza il proprio orizzonte concettuale, facendo dello spazio europeo il fulcro della propria strategia internazionale<sup>31</sup> (Lomellini, 2016). Le principali tematiche toccate dal PCI nell'intraprendere la traiettoria europeista furono: pace internazionale, superamento del sistema bipolare, policentrismo e equidistanza della CEE dagli USA e dall'Unione Sovietica, maggiori poteri al Parlamento europeo e superamento del metodo intergovernativo. Queste tematiche furono centrali nell'impostazione delle campagne elettorali in occasione delle consultazioni popolari per il Parlamento Europeo del 1979 e del 1984. In particolare, la costruzione di un'Europa sui principi della pace e del lavoro fu l'obiettivo dichiarato dal PCI sia nella prima elezione a suffragio universale del Parlamento europeo sia in quella successiva.

Se, dunque, in entrambe le circostanze i temi del progetto politico europeista del PCI restarono gli stessi, mutarono però le tecniche di comunicazione. Nel 1984, infatti, seguendo le grandi trasformazioni della società italiana in quel decennio, il PCI avviò una campagna elettorale innovativa, aggiungendo agli strumenti tradizionali di propaganda nuovi e più efficaci strumenti e vettori di comunicazione.

*Le elezioni europee del 1979*

Come testimoniano gli scritti di uno dei principali fautori della svolta europeista del PCI, Giorgio Amendola, nella visione dei quadri dirigenti comunisti il processo di integrazione europea sarebbe stato funzionale alla cessazione dello stato di tensione in campo internazionale: il PCI si sarebbe adoperato per un'Europa né antiamericana né antisovietica e che avrebbe rappresentato un'importante novità sullo scenario internazionale, in grado di favorire il clima di distensione e di rafforzare le vie della pace.

---

<sup>31</sup>La prima delegazione del PCI all'assemblea parlamentare della CEE di Strasburgo era composta da Giorgio Amendola, Nilde Iotti, Mauro Scoccimarro, Silvio Leonardi, Francesco D'Angelosante, Giovanni Bertoli e Agide Samaritani, poi sostituito da Nicola Cipolla.

L'analisi delle dichiarazioni sulla stampa<sup>32</sup> e dei manifesti elettorali consente di individuare le principali tematiche sulle quali il partito impostò le proprie campagne elettorali. In particolare, nel 1979, per le prime elezioni a suffragio universale del Parlamento Europeo, i manifesti pubblicizzati ribadivano concetti ideologici e recitavano slogan come, per esempio, *Vota comunista per un'Europa dei lavoratori*.

Nel progetto per la realizzazione di un'Europa che non fosse né antisovietica né antiamericana ma esclusivamente orientata a favorire la pace in campo internazionale, la narrazione politica s'incentrò tuttavia sugli aspetti tecnici della costruzione europea, aspetti che furono però proposti solo negli articoli di giornale o in alcune dichiarazioni pubbliche dei dirigenti, ma non nei manifesti elettorali. Il PCI promise agli elettori che si sarebbe battuto nel parlamento europeo affinché fossero superati tra i paesi membri gli squilibri generati dalle influenze decisionali di quelli più forti. Si criticava pertanto la forma di governance adottata dalla CEE, cioè il metodo intergovernativo, e, a tal proposito, il PCI, come già aveva fatto in passato, prometteva di dare battaglia nelle discussioni sulla legge elettorale che normava la formazione del parlamento europeo. In dirigenti comunisti, infatti, ambivano all'approvazione di un unico sistema elettorale valido per tutti i paesi membri che superasse nell'omologazione normativa la originaria differenziazione determinata dal fatto che ogni stato eleggesse i propri parlamentari europei in base a dispositivi interni.

Intanto, la candidatura di Altiero Spinelli si caricava di un potente significato simbolico: l'inclusione di uno dei padri del federalismo europeo dimostrava la convinta adesione del PCI al progetto europeo. Del resto, il rientro di un dissidente antistalinista come Spinelli non poteva che riscuotere il senso di un deciso distanziamento del passato e dal presente dell'Unione Sovietica, con la quale, peraltro, due anni più tardi si sarebbe verificato un serio strappo diplomatico in seguito all'invasione dell'Afghanistan.

La candidatura di una personalità "trasversale" come quella di Altiero Spinelli avrebbe permesso, inoltre, di consolidare il dialogo con le altre forze politiche. Non è un caso, infatti, se durante la sua attività di parlamentare europeo

---

<sup>32</sup> Nello specifico gli opuscoli sull'Europa che uscivano allegati all'Unità.

Spinelli fondò il club del cocodrillo, una sorta di *think tank* composto da persone provenienti da diverse esperienze politiche riunite per discutere del futuro della Comunità Economica Europea. Un maggiore dialogo avrebbe accresciuto il prestigio e la credibilità del partito di Botteghe Oscure, che ormai era sempre meno legato all'URSS e ambiva ad un ruolo da protagonista nello spazio europeo.

Dall'analisi dei manifesti delle elezioni del '79 si può notare la ridondanza della tematica della pace: una costante nella narrazione della politica internazionale<sup>33</sup>. I riferimenti testuali sono vaghi, alludono ad un impegno del partito nella costruzione di un'Europa di pace, mentre, da un punto di vista grafico, le illustrazioni sembrano perdere sempre più l'influenza della corrente artistica del realismo sovietico che ne contraddistingueva l'iconografia. Le immagini, difatti, appaiono meno condizionate da retaggi ideologici, sebbene compaia sempre l'emblema del partito, già, forse, più marchio consunto che rappresentazione simbolica di una visione del mondo. Ad ogni modo, nelle elezioni del '79 la comunicazione elettorale mediante cartellonistica fu senz'altro trascurata a favore di nuove forme di veicolazione. La creazione, nel '79, del terzo canale della RAI, tacitamente assegnato al PCI nella lottizzazione partitica della televisione di Stato, spinse sicuramente i quadri dirigenti del partito a investire maggiori risorse in questo settore, relegando il tradizionale manifesto a ruolo secondario.

Per il PCI le elezioni europee furono una delusione, avendo ottenuto il 29.5 per cento dei voti; tuttavia il partito non mutò la strategia di politica estera, anzi insistette nel presentarsi come la forza del rinnovamento europeo e il soggetto chiave per un maggiore dialogo tra le forze di sinistra, non necessariamente comuniste.

---

<sup>33</sup> Si pensi ad esempio alla lotta per la pace: teorizzata da uno dei più acerrimi critici del cosmopolitismo, Suslov, la strategia consisteva nel cercare di mobilitare la più ampia fascia di popolazione contro ogni iniziativa statunitense nell'Europa occidentale.

Nel 1949 a tal fine nacque a Parigi il Movimento dei partigiani per la pace che assorbiva movimenti di ex partigiani simpatizzanti dei due partiti, ma non necessariamente militanti attivi.

Il Movimento dei partigiani per la pace si potrebbe definire come un movimento di massa in grado di coinvolgere settori più ampi del bacino elettorale di PCI e PCF, facendo leva sul trauma della guerra, ancora vivo in un'opinione pubblica, quella europea, che avrebbe fatto il possibile per scongiurare il rischio di un nuovo conflitto dato il timore di un possibile conflitto atomico.

La creazione di questi movimenti giocava un ruolo funzionale al PCI e al PCF poiché essi stessi lasciavano ampio margine di manovra rispetto ad alcuni temi caldi, che avrebbero altrimenti creato imbarazzo nei rapporti con l'opinione pubblica, se affrontati dai partiti stessi.

Le ragioni della delusione elettorale provenivano tanto da questioni di politica interna quanto di politica estera: se in campo nazionale il partito pagò la scelta dei governi di solidarietà nazionale e della gestione del caso Moro, in campo internazionale venne penalizzato dall'incapacità di dare una svolta concreta all'eurocomunismo; nei fatti la proposta di Berlinguer si limitò ad una dichiarazione congiunta del PCI, del Partito Comunista Francese e del Partito Comunista Spagnolo che non ebbe mai uno sbocco concreto, anche a causa delle diversificazioni nazionali che condizionavano le scelte del PCF, portando spesso i comunisti francesi su posizioni divergenti da quelle del PCI<sup>34</sup>.

### *Il sorpasso sulla DC alle elezioni europee*

A differenza delle elezioni del '79, quelle del '84 rappresentarono per il PCI un successo storico: il sorpasso sulla Democrazia Cristiana. Come prima e unica volta nella sua storia, il PCI usciva da una tornata elettorale come maggiore forza politica per numero di voti.

Queste elezioni, più esattamente, furono condizionate dalla morte di Berlinguer, avvenuta il 10 giugno, a seguito di un malore avuto tre giorni prima a Padova durante un comizio per la campagna elettorale. L'impatto emotivo suscitato dalla morte davanti alle telecamere del segretario del PCI, che godeva di stima e rispetto anche al di fuori dell'elettorato comunista, incise profondamente sul voto delle elezioni europee, ma sarebbe piuttosto semplicistico sostenere che quel risultato fosse dipeso solamente da tale ciò. A livello comunicativo il partito di Botteghe Oscure aveva insistito sulla Comunità economica europea come nuovo soggetto della politica internazionale che avrebbe potuto giocare il ruolo di mediatore nel conflitto est-ovest, adoperandosi inoltre nel senso dell'intensificazione del dialogo tra nord e sud.

Come abbiamo già detto, i temi proposti durante la campagna elettorale furono gli stessi di quelli della campagna precedente, ma vennero adattati alle trasformazioni socioculturali che avevano investito il paese. Se, infatti, il manifesto

---

<sup>34</sup> Questo è quanto testimoniato da Giorgio Amendola durante una riunione della direzione nel 1975 citata in Maggiorani, Ferrari, *L'Europa da Togliatti a Berlinguer*. Già quattro anni prima dell'elezione a suffragio universale, Amendola e gli altri membri della delegazione italiana annotavano delle grandi difficoltà nel convergere con il PCF verso delle posizioni comuni.

elettorale del 1979 recitava *Per un'Europa dei lavoratori*, quello del 1984 riportava su uno sfondo rosso lo slogan *Non disoccuparti*”e, in basso, una didascalia con caratteri più piccoli: *In Europa c'è un disoccupato in più ogni 15 secondi, vota Comunista*. Stando a quanto riportato nell'archivio digitale che ha permesso la consultazione di queste fonti, poi, il numero di manifesti commissionati nel 1984 superava quello del 1979, rivelando peraltro una maggiore inclinazione a rivolgersi ad agenzie specializzate. Il fatto di essersi affidati a professionisti della comunicazione potrebbe dimostrare una maggiore tendenza al marketing politico, cioè a quella forma di comunicazione politica che ha come scopo quello di anticipare i bisogni e i desideri delle persone e, che, per farlo, applica i principi base della commercializzazione alle campagne politiche. Sia la grafica quanto i messaggi testuali sembrano essere stati confezionati con l'obiettivo di coinvolgere emotivamente il fruitore, sollecitandolo su tematiche che gli stanno a cuore e suscitano in lui speranze e/o preoccupazioni. Del resto, gli anni '80 si caratterizzarono in campo politico per un minor coinvolgimento ideologico, con partiti di massa che miravano ad assicurarsi sempre più consensi attraverso quello che la scienza politica aveva già definito “catch-all party” (Kircheimer, 1966) o “partito elettorale - professionale” (Panebianco, 1982). E in questo clima anche il PCI finiva con l'assumere dei comportamenti tipici di questa nuova forma di partito, probabilmente a causa delle esigenze di competere sul fronte elettorale con altre forze politiche che si erano appunto orientate in tale direzione.

Come si deduce dall'analisi delle fonti, in particolare da quella dei manifesti elettorali e degli spot televisivi, il PCI individuò come tema principale della campagna elettorale per le elezioni europee la questione degli euromissili. Nei manifesti elettorali comparivano slogan quali ad esempio: *Ti astieni? In Europa puoi eleggere la pace: contro tutti i missili vota PCI* o *Sbombardiamoci: Contro tutti i missili, per un'Europa di pace e di lavoro. Vota PCI: è segno che vuoi la pace*. L'individuazione di una tematica sentita dall'opinione pubblica, che aveva organizzato comitati e spesso si era mobilitata al fine di scongiurare l'installazione dei missili, permetteva al PCI di schierarsi, com'era accaduto nel 1979, dalla parte della pace internazionale e, pertanto, per un'Europa equidistante dai due blocchi, utilizzando un tema caldo, che aveva suscitato tensioni e paure sull'elettorato. La

campagna elettorale si concentrava non tanto su questioni ideologiche, ma su determinate scelte politiche che avrebbero generato effetti tangibili. Agli opuscoli informativi dei parlamentari, come ad esempio il saggio dello stesso Amendola *I comunisti e l'Europa*, si sostituivano slogan e spot elettorali. Questi ultimi costituirono una grande novità. Questa nuova forma di comunicazione si era sviluppata, almeno in forma embrionale, durante le elezioni nazionali ed europee del 1979, grazie alla comparsa delle emittenti televisive private. Gran parte di queste erano televisioni locali, che trasmettevano in aree circoscritte; pertanto gli spot venivano commissionati da sezioni locali del partito o per iniziativa di singoli candidati.

### *Lo schermo e la politica*

I grandi cambiamenti degli anni '80 sopra richiamati cominciarono a svilupparsi in forma embrionale verso la fine del decennio precedente, grazie alla prima comparsa delle televisioni commerciali, all'ingresso della politica nei talk show e, non ultima, alla riforma della RAI avvenuta con la legge n. 3 del 14 aprile 1975 (Grasso, 2004); legge che, come abbiamo già detto, avrebbe visto il PCI divenire assegnatario di un nuovo canale RAI, il terzo, le cui trasmissioni presero il via nel '79.

Il 18 aprile del 1976 fece il suo esordio *Bontà loro*, programma condotto da Maurizio Costanzo in seconda serata su RAI 1. Il palinsesto del programma prevede la partecipazione di personaggi del mondo della cultura, dello sport e della politica, tra cui l'allora presidente del Consiglio Giulio Andreotti – primo caso in assoluto di un presidente del Consiglio intervistato in diretta – e Tina Anselmi, prima donna a rivestire la carica di ministro nella storia repubblicana.

La comparsa dei rappresentanti politici nei talk show incise notevolmente sul modo di comunicare degli stessi protagonisti, divenendo ormai il politico, nel talk show per l'appunto, un leader chiamato a rispondere a se stesso. Cosicché, al fine di “bucare lo schermo”, bisognava pensare ad altre strategie di comunicazione, in grado di andare al di là sia dei contenuti più propriamente ideologici del partito, sia delle sue più “tradizionali” tattiche. Al centro dei vari talk show televisivi, infatti, il politico si “mescolava” spesso ad ospiti che nulla avevano a che fare con

la politica, tra cui i campioni sportivi o protagonisti del mondo dello spettacolo o della moda, e diveniva adesso una figura umana che doveva provare a sedurre milioni di telespettatori, non necessariamente elettori del suo partito e in alcuni casi addirittura ad esso del tutto indifferenti. Cambiavano, del resto, anche i luoghi in cui esercitava la propria attività politica, non più rappresentati dalle piazze dove un tempo si tenevano i comizi e in cui convergevano cittadini che la pensavano più o meno come lui.

In questo contesto, la strategia comunicativa del politico ambì sempre più a persuadere e a sedurre il pubblico, grazie anche al tentativo posto in essere dal leader politico di “vendere sé stesso”; e di farlo ponendo attenzione, tra l’altro, all’espressione del volto, al tono della voce, al modo di gesticolare, al garbo nel dibattere con il conduttore o con gli altri ospiti. Di fatto, lo schermo rendeva centrale più il soggetto che l’idea stessa, avviando un lento processo di personalizzazione della politica che finì con l’investire anche il PCI. Da questo punto di vista, per quanto costituito da quadri fortemente ideologizzati per mezzo delle scuole di partito, esso si trovò costretto ad un aggiornamento, dettato anche dalle nuove strategie che i suoi vari competitors avevano avviato. Si pensi in particolare a Craxi, alla sua esuberanza nel vestire casual con jeans e camicia, senza giacche formali, trasmettendo un’immagine più dinamica e meno macchinosa della figura politica; un’immagine che molto si inseriva nella scia della “corte di nani e ballerine” che caratterizzava i Congressi del PSI, sempre meno incentrato sulle prolisse dissertazioni dei militanti a vantaggio invece di spettacolari coreografie volte ad impressionare quello che una volta era il popolo e che ora si era trasformato in pubblico.

### *Gli spot elettorali*

Con l’avvento del nuovo modo di intendere il rapporto tra televisione e politica, fecero la loro comparsa nuove forme di comunicazione elettorale rappresentate principalmente dagli spot elettorali. Fu quanto avvenne in occasione delle elezioni politiche del 1983 e delle europee del 1984, che videro anche sul fronte delle strategie comunicative del PCI subentrare interessanti novità.

Per la campagna elettorale per l'elezione del parlamento europeo del 1984 il PCI commissionò degli spot elettorali incentrati prevalentemente sulla tematica dei missili. Uno di questi si focalizzò sulla contrapposizione del PCI con la DC, prefigurando uno scenario apocalittico in una Roma distrutta da un conflitto nucleare. In esso, un uomo con la tuta anti-radiazioni recitava: *Il governo democristiano è stato il primo in Europa a dire di sì ai missili e nell'83 ha stanziato 12.000 miliardi per gli armamenti. Vuoi che l'Italia diventi un bersaglio atomico? Vota per la Pace, vota Partito Comunista Italiano.*

Il rischio di un conflitto nucleare e la questione dei missili costituirono il tema anche di un altro spot elettorale, sempre commissionato da Botteghe oscure. Come riportato nella didascalia del filmato, in un ambiente irreale, due uomini su un'altalena sospesa nel vuoto, si sfidavano a duello. Dopo qualche momento di esitazione, uno dei due uomini sparava all'altro, ed entrambi cadevano nel vuoto. Una voce esterna recitava: *Questa è la fine dell'uomo demens, la prima mossa sarebbe l'ultima.* Sull'immagine dell'altalena che dondolava vuota, la voce esterna proseguiva: *Contro tutti i missili vota Partito Comunista italiano, è segno che vuoi la pace.*

L'impostazione della comunicazione riguardante la questione dei missili è a nostro avviso di particolare interesse perché rappresenta una tematica che in un certo senso creò imbarazzi in seno al partito, non tanto per la questione dei missili in sé, quanto per il fatto che l'opinione pubblica avrebbe potuto collegare la questione del riarmo missilistico a quella del nucleare, e più esattamente a quella dell'energia nucleare. Nel 1981, infatti, il PCI aveva votato a favore del PEN, il programma energetico nazionale che prevedeva la costruzione di centrali nucleari, ma a seguito del voto nel partito si registrarono attriti e divisioni, ancorché nel rispetto del centralismo democratico: la destra del partito favorevole all'opzione nucleare; la sinistra movimentista; la federazione giovanile e altre realtà orbitanti attorno al partito come Lega Ambiente attive nel movimento di protesta contro il nucleare. Com'è noto, gran parte dei partiti politici si schierarono a favore di quest'ultimo come risorsa energetica, ma dovettero fare i conti con un'ampia e trasversale mobilitazione di movimenti e comitati sorti appositamente in quelle località nelle quali sarebbero dovute nascere le centrali nucleari (Romano, 2019).

Stando a quanto si evince dagli spot elettorali, così come dall'analisi dei manifesti nella campagna elettorale per le elezioni europee del 1984, il PCI tentò di approfittare della "paura del nucleare" che l'opinione pubblica esprimeva mediante i movimenti, impostando la narrazione sulla questione militare e non solo su quella civile. Come abbiamo già visto, in effetti, almeno in base al voto favorevole al Piano energetico nazionale del 1981, il PCI dal punto di vista narrativo non poteva far leva sul timore dell'utilizzo civile dell'energia nucleare che lo aveva visto schierarsi a favore, e tentò di strumentalizzare la paura espressa da vasti settori dell'opinione pubblica spostando il discorso sulla questione degli armamenti.

A costituire una vera e propria eccezione nella storia degli spot elettorali è un terzo spot commissionato dal PCI che si caratterizzò per l'utilizzo del nudo: una madre insieme con sua figlia giocavano nude, mentre la voce fuoricampo recitava: *Per chi avrà vent'anni nel 2000. Un'Europa di pace e lavoro*. Osservando il breve filmato si notano delle analogie con le pubblicità che sponsorizzavano prodotti per la cura del corpo, sulla scorta evidentemente del marketing politico che si andava sempre più affermando divenendo in quegli anni un elemento centrale delle campagne elettorali.

La produzione degli spot elettorali e i contenuti degli stessi riflettevano la continuità del PCI nel portare avanti una narrazione incentrata sulla pace e sul lavoro per quanto riguardava la questione europea, ma anche la volontà di adattarsi alle grandi trasformazioni socio-culturali che investivano la società europea. Sia gli spot sia i manifesti elettorali non si riferivano ad una determinata classe sociale, ma lanciavano un messaggio generico, rivolto a qualsiasi tipo di elettore e, dunque, di massa.

Il lento cammino del PCI verso occidente si andava compiendo anche grazie a questi passi. La ricognizione bibliografica e l'analisi delle fonti relative ai manifesti elettorali e agli spot elettorali mostrano come il PCI cercò di adattarsi, seppure a volte con delle grandi difficoltà derivanti dal bagaglio ideologico e della vicinanza con l'URSS, alle trasformazioni che avevano investito la società europea. Mettendo a confronto i contenuti delle due campagne elettorali, si riscontrano delle profonde differenze, sebbene le tematiche principali proposte fossero le medesime. Nella campagna elettorale del 1979 la comunicazione era maggiormente

concentrata su questioni ideologiche o su delle modalità di campagna elettorali più tradizionali; in quella invece del 1984 emergeva un maggiore dinamismo, restituito dall'individuazione di temi consensuali che avrebbero riscosso l'approvazione dell'opinione pubblica, al fine di intercettare quanti più voti possibili, indipendentemente dall'appartenenza sociale dell'elettorato.

### **Riferimenti bibliografici**

- Cristante C., (a cura di), 2019. *L'onda anonima*, Meltemi, Asti.
- Denitto, A.L., 2009, *Comunicazione politica e referendum in Puglia dal secondo dopoguerra agli anni ottanta*, Bari, Edizioni dal Sud.
- Di Donato, M., 2015, *I comunisti italiani e la sinistra europea. Il PCI e i rapporti con le socialdemocrazie (1964 - 1984)*, Roma, Carocci.
- Gervasoni, M., 2013, *La guerra delle sinistre. Socialisti e comunisti dal '68 a Tangentopoli*, Venezia, Marsilio.
- Ferrari, P., 2007, *In cammino verso occidente. Berlinguer, il PCI e la Comunità europea negli anni '70*, Bologna, CLUEB, 2007.
- Maggiorani, M.; Ferrari P. (a cura di), 2005, *L'Europa da Togliatti a Berlinguer. Testimonianze e documenti 1945 - 1984*, Bologna, il Mulino.
- Pasquinucci, D.; Verzichelli, L. (a cura di), 2016, *Contro l'Europa? I diversi scetticismi verso l'integrazione europea*, Bologna, il Mulino.
- Pasquinucci, D., 2000, *Europeismo e Democrazia, Altiero Spinelli e la sinistra europea*, Bologna, Il Mulino.
- Pons, S., 2006, *Berlinguer e la fine del comunismo*, Torino, Einaudi.

1979

<http://www.manifestipolitici.it/.do#5>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#6>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#8>

1984

<http://www.manifestipolitici.it/.do#16>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#17>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#18>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#19>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#21>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#22>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#26>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#28>

<http://www.manifestipolitici.it/.do#29>

SPOT

<http://www.archivispotpolitici.it/dettaglio.spot.php?idspot=262>

<http://www.archivispotpolitici.it/dettaglio.spot.php?idspot=261>

<http://www.archivispotpolitici.it/dettaglio.spot.php?idspot=395>

## **Narrare lo spazio fisico e sociale: arte pubblica e metamorfosi del margine. Il caso studio del progetto di arte muraria nel quartiere 167 b/ San Giovanni Battista di Lecce**

Francesca Maria Fiorella

**Narrating physical and social space: public art and metamorphosis from margin. *The case study of the street art project 167 Art Project.*** In recent years, more and more Italian suburbs are experiencing internal transformations, where experimentation with contemporary art forms, such as street art, are a relevant aid during the renewal process of a given urban and social context. The hypothesis asserted is that urban art, as a result of a participatory choice, could become a form of expression capable of safeguarding the redefinition of the identity of a place. The contribution, which looks at the social studies of the process of artification, is a first attempt to explore the narration of urban space as a result of the dialogue among public art, territory and community. The reflection stems from the considerations developed in Italy in the 1970s by the art historian and militant art critic Enrico Crispolti on “relational art” and on the figure of the artist as a “social worker”, who places co-operation and the sharing of the artistic project at the centre of his interests through the development of an active and collective participation. By breaking with the classic paradigm that until then had confined art to conventional spaces, this approach has helped to broaden social reflections with respect to the new perspectives dictated by modernity on the usability of the artistic product. What does urban art tell us about? Where does it start from and where does it arrive? The contribution attempts to reason on the transformations that start from the construction of visual narratives that do not distort and make the urban periphery fall into rhetoric. It does so through a preliminary study based on an initial survey of observations and in-depth interviews of the case related to the urban art project 167 Art Project in the suburbs of Lecce, coordinated by cultural Association 167/B street with the active participation of the community living in the neighbourhood.

**Keywords:** street art; artification; art; social change; storytelling.

*“La bruttezza poteva presentarsi come il vero serbatoio della bellezza, o meglio come il suo scrigno, come un pietrame che racchiude tutto l’oro nascosto del bello, luccicante nelle rughe, negli sguardi, nei tratti.”*  
(Walter Benjamin).

### *Introduzione*

Disegnare sui muri è sempre stata una forma espressiva che, a partire dalla preistoria, ha continuato, nelle differenti evoluzioni dell’essere umano, a persistere.

Dalla fine degli anni Settanta del XX secolo, i *graffiti*, con i loro contenuti e stili differenti, hanno incominciato a riempire buona parte delle superfici urbane e metropolitane. La scena nasce negli Stati Uniti d’America e si lega alla cultura

del *rap* e poi dell'*hip hop*, riuscendo a creare un seguito sorprendente che cattura l'attenzione di ragazze e ragazzi in tutto il resto del mondo.

Prima di entrare nello specifico del contributo proposto, è bene introdurre una breve distinzione sui possibili scenari di questa *sottocultura*, per delineare un primo approccio alla conoscenza di chi comunica *graffitando*. Chi usa lo spazio pubblico per esprimersi sono i *writers* e gli *street artists*.

I *writers* utilizzano illegalmente muri o vagoni ferroviari e metropolitani, scrivono il loro pseudonimo (il *tag*) o quello del loro gruppo (la *crew*), sperimentano i vari stili di *lettering*, affermano la loro identità all'interno di un sistema che criticano fortemente. Gli *street artists* si esprimono con le immagini – *murale, stencil, poster-*, usano le facciate dei palazzi e non è detto che il loro lavoro venga fatto senza autorizzazione o finanziamenti pubblici o privati. Questi ultimi sono il nostro focus di interesse.

La *street art* sta diventando fonte di attrattiva anche in contesti istituzionali (politici, universitari e artistici) a causa di una crescita costante del fenomeno all'interno di svariati scenari urbani, sollevando una serie di opinioni spesso discordanti tra i vari gruppi di interesse. Uno tra le più recenti riguarda l'aspetto relativo alla natura ibrida acquisita in modo sempre più esponenziale dall'arte urbana. Un murale che nasce dalla strada, spesso in contesti marginali, e che comunica al pubblico della strada, acquisendo valore di mercato, dove potrà essere esposto? Un discorso ampio e complesso, affrontato dalla sociologia dell'arte, che porta a riflettere su come l'intellettualizzazione di una produzione artistica rischia di far venire meno le sue connotazioni sociali.

Ciò che interessa questa ricerca mira ai processi che si attivano affinché un murale sia il risultato di un lavoro corale, al fine di raggiungere l'obiettivo prefissato: riqualificare la narrazione della periferia urbana.

A partire da questa esperienza di costruzione di beni del patrimonio collettivo nel quartiere San Giovanni Battista di Lecce, è stimolante riportare il lavoro svolto dallo storico dell'arte, curatore e critico militante Enrico Crispolti, pioniere in Italia di una nuova visione dell'arte e della riconquista dello spazio urbano<sup>35</sup>. Un'apertura rivoluzionaria, figlia del cambiamento sociale e politico in

---

<sup>35</sup> Cfr. la sezione curata da Raffaele De Grada e da Enrico Crispolti *Ambiente come sociale* nella Biennale di

corso e messa in pratica per la prima volta alla fine degli anni Sessanta, intenta a scardinare un sistema artistico radicato nell'ottica dominante secondo cui le produzioni artistiche debbano essere confinate in contesti strutturati quali musei o gallerie. Una ricerca messa in pratica che ha dato un nuovo valore all'arte nella sua funzione sociale e forma di espressione che amplia la sua accessibilità dando centralità ai margini dei contesti urbani.

Questa breve indagine, ancora in divenire, è un primo tentativo che prova ad analizzare la relazione tra arte e comunicazione, circoscrivendo l'interesse alle nuove pratiche *insorgenti* (Cellammare & Scandurra, 2016). Si prova a comprendere come la *street art* possa svolgere una funzione narrativa, al fine di mostrare quei quartieri la cui storia li vede messi al margine, sottraendo la retorica che ne comporta. Dunque, una strada che non solo interpreta ma si impegna a preservare l'identità di un luogo e di una comunità. Cambiandone la prospettiva, prepara lo spazio ad accogliere un processo di trasformazione, diventando "espressione di un mutamento sociale, un *operatore della trasformazione*, una spia analitica mediante la quale interrogarsi sulle pratiche di appaesamento e riconoscimento sociale dei contesti urbani" (Colacicco, 2016, 50).

### *L'arte come espressione sociale*

Nel panorama accademico, gli studi che si sono sviluppati per comprendere le possibili dinamiche sociali relative ai *mondi dell'arte* (Becker, 1982), aprono scenari differenti il cui approccio è interdisciplinare.

Le evoluzioni che ha avuto la *street art* dalla sua nascita non le danno una collocazione precisa nella categoria arte, piuttosto ciò che riscontriamo è un'identità ibrida. Questo perché l'arte urbana, pur avendo attirato l'attenzione del mercato dell'arte, dei musei e delle gallerie, nasce dalla strada come mezzo di espressione in opposizione al potere dominante e per questo rimane figlia legittima della cultura giovanile. Un filone di ricerca, dunque, che rientra nell'attenzione degli *Studi culturali* britannici la cui analisi culturale, partendo dal pensiero

---

Venezia del 1976 presentava una mappatura degli interventi di arte pubblica realizzata sul territorio nazionale sia dai collettivi di artisti che da singoli autori.

gramsciano, si dimostra intenta a decostruire le connotazioni qualitative insite nella distinzione tra cultura alta e cultura popolare (Cfr. Procter, 2007).

In campo sociologico, Bourdieu definiva il connubio tra arte e sociologia come *difficoltoso* (1992). Eppure, come scriveva Nisbet (1962), sia l'arte che la scienza hanno il desiderio di comprendere. Tra le tre *generazioni* (arte e società; arte *nella* società; arte *come* società) di studi della sociologia dell'arte (Cfr. Heinich, 2004), solo l'ultima ha abbracciato una ricerca attenta ad analizzare "il funzionamento dell'ambiente in cui l'arte si manifesta" (*ivi*, 59), introducendo metodi di indagine empirica applicata al presente, che l'hanno resa una branca autonoma e al tempo stesso riconosciuta come disciplina sociologica. Un punto di vista, quello degli scienziati sociali, come lo definisce Zolberg (1994), *esogeno*, che guarda l'opera in un'ottica di pluralità, come costruzione all'interno di un processo sociale. Uno dei contributi più significativi proviene dalla scuola francese, che oggi si proietta verso la definizione della *quarta generazione*, orientandosi verso un'esplorazione capace di accogliere, incuriosirsi ed aprire alle evoluzioni di nuovi mondi dell'arte contemporanea.

Shapiro ed Heinich (2004; 2012) ragionano sul concetto di *artifiction* e lo definiscono come "a dynamic process of social change through which new objects and practices emerge and relationships and institutions are transformed." (2012, p. 3). Una comprensione che mira a come ed in quali circostanze nascono le varie arti, mappandone i processi secondo cui un oggetto o una forma possano diventare un'opera, approfondendo quali conseguenze sociali questo passaggio comporti. Ed è proprio da questo decollo che i processi di costruzione che caratterizzano l'arte urbana sono diventati oggetto di interesse diffuso e discusso tra più filoni del sapere umanistico.

In Italia esistono scenari disparati che si presume abbiano innescato quel processo di ridefinizione di un luogo. Tra queste esperienze, diversi sono stati analizzati come casi studio della ricerca universitaria.

Per citare i più recenti: la periferia romana (Greco, 2014; Colacicco, 2016; Renna, 2017); la periferia napoletana (Iovino, 2019); Palermo (Di Maggio, 2017; Mondino, 2018); Messina (Bologna, 2018), Trieste (Chiarelli, 2019)<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> In merito a ricerche meno attuali si cfr. Crispolti, 1977.

Il mondo delle forme e dei simboli della *street art* è, come scrive Crispolti, “comunicazione alternativa ai codici istituzionalizzati dalla società costituita e dal potere dominante” (1977, p. 63).

Crispolti, con le sue esperienze sul campo, permette all’arte di entrare in relazione con il territorio fisico e sociale, e all’artista chiamato in causa di acquisire una nuova utilità sociale, un nuovo ruolo, quello di *operatore estetico*:

nel senso appunto che l’operatività non è a senso unico, non è unilaterale, ma si esprime in una possibilità di dare e avere, di sperimentare assieme e dunque si esprime piuttosto in un movimento duplice, bilaterale. [...] Ma soprattutto non si tratta tanto di attingere romanticamente al *popolare*, di parteciparvi come ultima possibilità di redenzione al limite estremo di un’estenuazione intellettualistica e individualistica; si tratta invece di avere il coraggio (che è di consapevolezza e volontà politica) della propria privilegiata unilateralità, del proprio essere sempre garantiti dalla parte della ragione, di ritenersi eredi imprescindibili di altri valori. [...] dare ai propri segni nuove destinazioni, verificarli su un ruolo realmente comunicativo, in quanto di dialogo reale, di risposta a una domanda che viene proprio dall’area tradizionalmente assente e distante del pubblico, al massimo testimone passivo, destinatario distante e ipotetico (ivi, p. 18-20).

Da questa prospettiva si guarda al caso studio esaminato come ad un’urgenza sociale alla quale ha corrisposto un’azione culturale il cui dispiego di forze, coinvolgendo la collettività, ha creato i presupposti essenziali per iniziare un nuovo capitolo nella storia di una delle periferie leccesi.

*L’arte urbana come strumento di narrazione nei contesti ai margini delle città. “Lecce, la 167 come non l’avete mai vista”*

Il *Nuovo Quotidiano di Puglia* nel 2019<sup>37</sup> utilizzava le parole che titolano questo paragrafo in merito al murale “*Wish*”, realizzato nel quartiere San Giovanni Battista di Lecce dallo *street artist* Millo, la cui impronta artistica risulta spesso

---

<sup>37</sup>[www.quotidianodipuglia.it/AMP/lecce/lecce\\_la\\_167\\_come\\_non\\_l\\_avete\\_mai\\_vista\\_sui\\_muri\\_la\\_poetica\\_opera\\_di\\_millo-4944731.html](http://www.quotidianodipuglia.it/AMP/lecce/lecce_la_167_come_non_l_avete_mai_vista_sui_muri_la_poetica_opera_di_millo-4944731.html)

riconoscibile anche ai meno navigati. Come vedremo più avanti, la stessa comunicazione sarebbe risultata impensabile fino al primo decennio degli anni Duemila.

Stando alla cronaca esaminata e ai racconti delle interviste fatte, negli ultimi quarant'anni la 167 è stata per tutti la zona del degrado, del maxi-processo alla Sacra Corona Unita del 1990, dello spaccio, delle auto bruciate, delle case occupate. Ciò che adesso inizia ad emergere, anche grazie al supporto di una narrazione mediatica che ne facilita il processo, è una comunicazione ribaltata, che porta il lettore ad incuriosirsi. “Succede qualcosa di nuovo, proprio lì dove non ce lo saremmo mai immaginato”, affermano nelle interviste.

Articoli di testate locali e nazionali, commenti e condivisioni ai contenuti del profilo *Facebook* e *Instagram* di 167 B/ *street*, centinaia di geo-localizzazioni sui *social* durante le visite ai murales, video racconti sul canale *You Tube* e un sito web che, come in un diario di bordo, spiega i passaggi realizzati e la *mission* del progetto.

“Lecce, la 167 come non l'avete mai vista”. Cosa è cambiato? O meglio, cosa sta cambiando?

In questa primissima esplorazione, la ricerca si è soffermata sui quei fattori che hanno delineato il prima e il dopo di quanto, ad oggi, possiamo definire cambiamento graduale ma reale a tutti gli effetti.

Questi comprendono: la storia e le dinamiche sociali e politiche del quartiere; come sta cambiando lo spazio e la narrazione del luogo; il ruolo che l'arte ha in questo processo trasformativo. Si è proceduto con una prima somministrazione di interviste in profondità di tipo qualitativo, scegliendo come intervistati e intervistate l'associazione che ha dato vita al progetto, altre associazioni che lavorano nel quartiere e giovani di età compresa tra i 25 e i 40 anni, residenti cresciuti nel quartiere e che sono attivi nel settore visuale (fotografia, video, grafica, illustrazione) e culturale.

*167 Art project* nasce nel 2015, a cura dell'associazione, che opera nel quartiere dal 2012, *167b/ Street*. I coordinatori del progetto, l'artista Chekos e Ania, sin da principio hanno potuto contare sul sostegno economico e la partecipazione attiva di Don Gerardo, il parroco della Chiesa di San Giovanni Battista e di una

parte dei residenti, per la realizzazione di una serie di *murales* che coinvolgessero *street artists* nazionali ed internazionali. Attraverso un forte spirito cooperativo comunitario nato dal basso, hanno visto germogliare le radici per una variazione del contesto urbano e sociale, tale da suscitare interesse e curiosità del quartiere. Un luogo per molti lecchesi considerato “invalicabile” perché “pericoloso”, dislocato dal centro e non raggiungibile con i mezzi pubblici.

La periferia della 167 nasce a Lecce negli anni Settanta, come in tante zone urbane, a seguito della legge 167 del 1962 relativa agli interventi di edilizia che promulgavano la possibilità di destinare aree per la costruzione di alloggi a carattere economico o popolare e opere e servizi complementari, urbani e sociali, ivi comprese le aree a verde pubblico ([www.gazzettaufficiale.it](http://www.gazzettaufficiale.it)).

Differenziata in tre zone (la *a*, la *b* e la *c*), fino alla fine degli anni Novanta, nettamente distinte dal punto di vista geografico e del tessuto sociale, tra le tre, la zona *b* ha sempre avuto uno stato più avanzato di povertà e di criminalità. Da un’idea che da prospetto avrebbe portato ad un ampliamento ottimale per la città di Lecce, si sono ottenuti risultati inversi, in parte dovuti ad una progettualità urbanistica poco metodica, in parte dovuti a forti lacune istituzionali relative alla cura del bene pubblico che comprendono le aree periferiche di nuova costruzione.

La 167, oltre a non essere stata riconosciuta con un nome differente dal numero della legge che l’ha istituita, a lungo andare, è stata etichettata come la zona del degrado e dell’illegalità: un vero e proprio quartiere ghetto. Negli anni non sono mancate le denunce sociali da più fronti. Già dalla fine degli anni Settanta, ci pensava il *folklore* popolare a raccontare, negli stornelli di uno dei più noti rappresentanti della musica leccese, Bruno Petrachi, le criticità della politica locale: “*Alla 167 / nu’ nci puèi riàre, te ddhai nu’ passa mancu / la circolare. Mancanu le scole / e puru la fognatura. La notte pare ca ete / na sepoltura*”. Alla 167 non ci puoi arrivare, non passano neanche i bus. Mancano le scuole e la fognatura. La notte sembra di stare al cimitero.

Affiora la sensazione reale che Park e la Scuola di Chicago hanno espresso nel concetto di *distanza sociale* e, dunque, *territoriale*. Nella memoria collettiva di chi l’ha vissuta e la vive persiste il ricordo di una città a sé stante, dalle strade dissestate, dove i mezzi pubblici non arrivano, dove è facile perdersi, piena di locali

sfitti, priva di servizi essenziali e ricreativi. Ancora oggi, per molti, “un grande quartiere dormitorio”.

A colmare quest’assenza, emerge un forte senso di comunità nonostante l’architettura imponente di quei palazzoni ben visibili in lontananza da chi, dal centro cittadino, imboccava con l’automobile la strada che porta al mare. Agli inizi degli anni Novanta c’era meno cemento e, tra i ricordi più comuni, emergono enormi distese di campagna e gli unici centri di aggregazione erano i terreni sterrati, un campetto di calcio in terra battuta e le sedi parrocchiali. Alla domanda “Hai mai avuto paura di vivere lì?” nessuna delle testimonianze ascoltate ha esitato nel dire no. I ricordi legati al quartiere, racconta uno degli intervistati,

rappresentano la mia consapevolezza da adulto, avendolo vissuto in quegli anni così particolari. Nel 1991 c’è stato il maxi processo alla Sacra Corona Unita proprio nella scuola *Zimbalo*, davanti casa mia, adibita ad Aula Bunker. La strada era sempre transennata e militarizzata e il rumore degli elicotteri della polizia costante. Per noi era la normalità. Con il senno di poi posso dire che sono rimaste scene importanti nel mio immaginario. Un ago della bilancia che negli anni mi ha dato la possibilità di fare determinate scelte nella vita.

Oggi, rispetto al passato, risulta fortemente che, nonostante dei cambiamenti ci siano stati, la 167 *b* non sia tuttora dotata di servizi o spazi tesi a migliorare la qualità della vita ed attutire le diseguaglianze. Molte di queste interviste sono state fatte per strada, nei pressi di Via Siracusa, proprio per l’impraticabilità di trovare un bar o una panchina dove poter parlare.

La differenza registrata tra le precedenti amministrazioni e quella che governa oggi la città di Lecce è un ascolto maggiore delle esigenze richieste: la sistemazione di alcune piazze, la costruzione delle piste ciclabili e l’arrivo dei mezzi pubblici fanno intendere l’idea che un’attenzione più concreta e costante rispetto al passato stia affiorando. Oggi le tre zone non sono più solo la *a*, la *b* e la *c* ma San Sabino, San Giovanni Battista, Kolbe.

Come si posiziona la *street art* in questo contesto da sempre penalizzato?

Un primo elemento che induce a ritenere che un cambiamento strutturale del quartiere stia arrivando, è la presenza di nuove associazioni, le quali provano, a

seconda delle proprie competenze, ad arricchire la proposta culturale con l'organizzazione di eventi, corsi e laboratori. Il risultato, dunque, ci suggerisce che da una buona pratica, nata dal progetto *167 B/Street*, ne possano nascere altre. Si afferma la scelta di vivere, far vivere e dare dignità ad un quartiere della periferia leccese le cui possibilità sono state per anni limitate dall'etichetta della malavita.

Come le testimonianze dirette riportano, si necessita un compromesso tra associazioni e comunità, e cioè quello di svolgere un'attività continua a lungo termine, che dimostri la volontà di provare a resistere e restare, che non termini alla scadenza di un progetto vinto con un bando per la cultura.

Bisogna generare fiducia tra chi vuole provare a restituire un nuovo volto al quartiere e chi ci abita, perché la gente che lo vive, dicono, da sempre è "diffidente" verso chi arriva e dopo poco va via.

La presenza di spazi che si dedicano all'arte, alla cultura e alla comunità, si crede fortemente che possano essere volano per le giovani generazioni che iniziano a porsi delle domande, affinché riescano a coltivare aspettative slegate dal concetto di degrado e criminalità.

Nella progettualità di ogni *murales* si rileva non soltanto la predisposizione verso un'agognata rinascita della zona *b*, ma anche verso un capovolgimento narrativo che arrivi oltre la periferia fino a quel *sensu comune* dominante che l'ha resa ghetto.

Ad oggi sono presenti numerosi *murales* di cui nove di grandi dimensioni: una "galleria a cielo aperto", come Ania e Chekos descrivono la *167 b* durante i loro tour guidati al pubblico. "Il nostro obiettivo è che i *murales* parlino con tutti, specialmente con i più giovani".

Lungo il percorso, si incontra una ragazza che regge una pila di libri: una denuncia per la mancanza di servizi essenziali per la comunità come spazi ricreativi e biblioteche.

Il ritratto di Lorusso e Pezzella, i giocatori morti in un incidente stradale nel 1983 e memorie del calcio leccese, "una fede più che uno sport".

Una coppia di bambini stretti in un abbraccio, che raffigura il ritratto di due amici, Andrea e Fatou, che giocano spesso insieme nel quartiere. Due origini

diverse e una scritta che li accomuna “Il mondo è nostro”, come un’immagine che guarda al futuro e alla fine delle discriminazioni.

Le sagome di un uomo e una donna, legati da un filo rosso. Il murale che rappresenta la leggenda giapponese emblema dell’unione, l’essere umano come animale sociale.

Una contadina che taglia la vite: quel legame viscerale con il territorio e la scelta di molti giovani di ritornare a casa per lavorare la terra.

Un pescatore che cattura tappi di plastica che racconta l’importanza di quel mare così vicino, nonché il bisogno di porsi a confronto con i disastri ecologici imminenti.

Due uccelli colorati, simbolo di comunità, di cura e reciprocità, scelti per portare ad una riflessione sul tema della casa e della sicurezza.

La fase che anticipa la realizzazione del murale è decisiva, poiché stabilisce il primo momento di dialogo tra i committenti e l’artista. Viene chiesto di interpretare un tema preciso che abbracci problematiche attuali e narrazioni vicine alla comunità e alla storia del quartiere.

La scelta degli artisti verte sempre su stili capaci di non cadere nell’estetica dell’astratto. Il risultato deve essere universale anche nel particolare.

Karski e Beyond (Olanda), Dimitris Taxis (Grecia), Sabotaje Al Montaje (Spagna), Chekos (Italia), Millo (Italia), Mantra (Francia), Artez (Serbia), Julieta XLF (Spagna), Bifido (Italia) sono alcuni degli *street artists* che hanno lasciato il proprio contributo artistico.

In un processo di transizione, dove il rischio è tagliare più rami secchi del dovuto, si prova a costruire una narrazione corale, evocativa ed inclusiva, che denota un forte radicamento in quel luogo a lungo martoriato, a metà tra il mare e il resto della città.

Gli operatori culturali in questo dimostrano una forte onestà intellettuale, punto di partenza imprescindibile per la salvaguardia dell’identità culturale di un luogo che desidera non essere snaturato.

Ogni progetto è studiato per la comunità, ogni murale entra a far parte del patrimonio culturale collettivo. Un processo che “accompagna l’evoluzione sociale e geografica dei luoghi in cui opera”.

Viene menzionata la volontà di mettere in luce una periferia dannatamente e beatamente complessa, che va ascoltata. In una comunità disillusa, che non può dimenticare le storie che hanno segnato e si sono susseguite nel tempo, questo *modus operandi* crea buone aspettative e gioca a favore di chi propone il cambiamento.

### *Conclusioni*

Dai primi risultati della ricerca sembra emergere una reale efficacia nell'utilizzo dell'arte urbana a sostegno di una nuova narrazione della periferia. È bene, tuttavia, sottolineare come questa risposta arrivi da due consapevolezze di meritevole importanza espresse dagli attori in gioco.

La prima è che il linguaggio dei *murales* funziona perché è retto su un lavoro di squadra, il cui valore potrebbe aprire un'ulteriore riflessione riguardo alle dinamiche insite nel concetto di comunità nella sua accezione *territoriale* e *relazionale* (Griswold, 2004).

Riformulando le parole di Becker (1982), l'opera d'arte è la risultante di azioni ed interazioni del contesto sociale a cui appartiene.

La seconda è che l'impegno artistico-culturale dimostrato dagli attori sociali coinvolti, per quanto si stia dimostrando graduale ma produttiva, non pretende di essere la soluzione al problema.

“L'arte urbana non salverà la 167”. Una critica lucida e costruttiva che sollecita le istituzioni politiche a maggiori responsabilità e continuità lavorativa. Le frustrazioni di chi vive nel quotidiano la 167 b di Lecce sono il risultato di cinquant'anni di dimenticanze e di una progettualità a singhiozzo.

Un altro fattore determinante per la buona riuscita della costruzione narrativa di un contesto periferico è la comunicazione sul *web*. Da quanto analizzato, il progetto dimostra di saper cavalcare l'onda della cosiddetta *narrazione transmediale* (Jenkins, 2006) attraverso un uso ragionato delle piattaforme digitali (*Facebook, Instagram, You Tube, Vimeo*, il sito *web* dell'associazione, giornali). La comunicazione svolta sembra dare a chi è connesso in rete la percezione di come un murale pitturato sul muro di un palazzo di periferia diventi una possibilità per prendere posizione nella propria città, nel mondo. Il rischio, tuttavia, è che tale percezione del cambiamento navighi ad una velocità più rapida di quanto poi stia accadendo nella realtà dello spazio fisico.

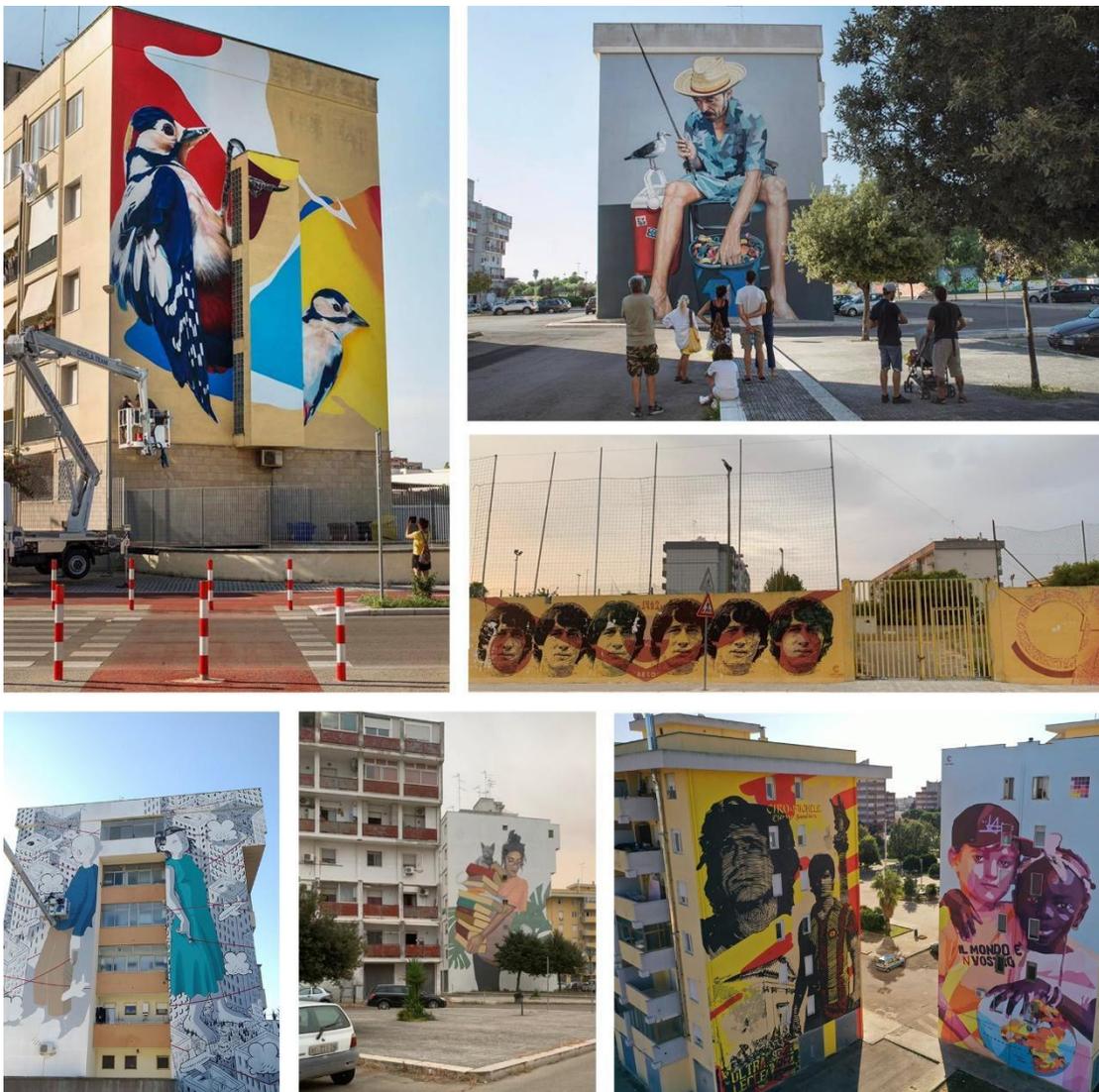


Fig. 1 – SEQ Figure \\* ARABIC 1  
Fonte: 167bstreet.com

La *cultura visuale*, dagli inizi degli anni Novanta ad oggi, scrive Mirzoeff, è cambiata e “si è evoluta in una forma di pratica che potremmo definire *pensiero visuale*” (Mirzoeff, 2018, p. 187). Tale “pratica della cultura visuale” – artistica, culturale o accademica- richiede un impegno diretto ed è un modo di produrre forme di cambiamento. Da questo presupposto, l’obiettivo sembra debba essere quello di perseguire la promozione di una narrazione che suggerisca il cambiamento, continuando a mantenere attivo il dialogo culturale risultato della cooperazione che intercorre tra arte pubblica, territorio e comunità. Ritorna evidente come questo sforzo per la salvaguardia dell’identità di un luogo, se espresso nel pieno spirito cooperativo, sia la chiave del rinnovamento sociale e territoriale.

### **Riferimenti bibliografici**

- Becker, H.S., (1982) 2004, *I mondi dell’arte*, Il Mulino, Bologna.
- Benjamin, W., (1963) 2007, *Immagini di città*, Einaudi, Torino.
- Bourdieu, P., (1992) 2013, *Le regole dell’arte*, Il Saggiatore, Milano.
- Cellammare, E., Scandurra E. (2016), (a cura di), *Pratiche insorgenti e riappropriazione della città*, SdT, Collana Ricerche e Studi Territorialisti, Firenze.
- Cardano, M., 2011, *La ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna.
- Colacicco, M., *La street art come pratica di riconoscimento e appaesamento degli spazi sociali urbani. Il caso di Torpignattara a Roma*, VI, 11/Giugno 2016, ISSN 2239-1118, n. 11, pp. 49-63, 2016 DOI: 10.13128/cambio-18782.
- Crispoliti, E., 1977, *Arti visive e partecipazione sociale. Da Volterra73 alla Biennale del 1976*, De Donato, Bari.
- Dal Lago, A.; Giordano, S., 2016, *Graffiti. Arte e ordine pubblico*, Il Mulino, Bologna.
- Dal Lago, A.; Giordano, S. (a cura di), 2001, *Sporcare i muri. Graffiti, decoro, proprietà privata*, Derive Approdi, Roma.
- Griswold, W., (1994) 2019, *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna.
- Halbwachs, M., 2014, (a cura di) P. Jedlowski, T. Grande, *La memoria Collettiva*, Unicopli, Milano.
- Heinich, N., (2001) 2004, *La sociologia dell’arte*, Il Mulino, Bologna.
- Heinich, N., Shapiro, R., 2012, *When is artification?*, *Contemporary Aesthetic*, 4.
- Hooks, B., 1998, *Elogio del margine. Razza, sesso e mercato culturale*, Feltrinelli, Milano.
- Jenkins, H., (2006) 2014, *Cultura Convergente*, Maggioli, Ravenna.
- Mirzoeff, N., 2017, *Come vedere il mondo*, Johan&Levi, Milano.
- Simmel, G., (1908) 2018, *Sociologia*, Meltemi, Roma.
- Tota, A., 2011, *Etnografia dell’arte. Per una sociologia dei contesti artistici*, Ledizioni, Milano.
- Tota, A., De Feo, A., 2020, *Sociologia delle arti. Musei, memoria e performance digitali*, Carocci, Roma.

«Così e non diversamente»

**Comunicare il territorio attraverso il cinema documentario: uno sguardo sul Rione Traiano di *Selfie* (A. Ferrente, 2019)**

Patrizia Miggiano

**«Così e non diversamente».** **Communicating the territory through documentary cinema: a look at Rione Traiano in *Selfie* (A. Ferrente, 2019).** *The paper aims to present, through a critical geosemiotic approach, the proposal of a possible architecture of knowledge for the reading of the territory as a hypertext (Derrida, 1971; Mudie 2016), starting from the Ricoeurian project of “grafting the hermeneutic problem on the phenomenological method” (Ricoeur 1969). This was done in order to explore the dynamics of the conflict between the possible interpretations – and, therefore, narrations – of reality. Conflict, in fact, is a fundamental theme of every dialectical conception and a privileged occasion for the exploration of a new hermenèia for the study of the communicative potential of territories. To this end, however, it is essential to resort to exploratory practices useful to decode and make intelligible the territory-text and, at the same time, to give meaning to the territorial con-text, through cultural actions of symbolic re-signification. Among these, we will deal, in this research, with the cine-documentary practice through the analysis of the scopic regime (Metz 1977) operating in *Selfie* (A. Ferrente, 2019), a work that has met with critical acclaim and aroused the attention of academic debate (Chauvin, 2019; Ravesi, 2019; Tantillo & Carlino, 2019; Bandirali, 2020), which narrates Rione Traiano, the scene of the tragedy that occurred in 2014, when 17-year-old Davide Bifulco was accidentally killed by a carabiniere. The story is carried forward by the tale of two teenagers from the Rione, Alessandro and Pietro, to whom the director hands over a smartphone, asking them to film themselves in their daily lives: the practice of the videoselfie thus ceases to be an egocentric exercise and offers, instead, a collective self-portrait of the territory, a story from below of a place that seems to almost impose itself as a destiny on the lives of those who inhabit it.*

*Keywords: visual geography; geosemiotic research; processes of territorialisation; cine-documentary; rione traiano; selfie ferrente*

*Partire dal territorio come testo  
significa innanzitutto cercare in esso delle opposizioni.  
I testi sono strutture complesse che riescono a detenere  
un eccesso di senso e, quindi, a produrre  
memoria tramite differenza.*

(Derrida, 1971, p. 43)

*Territorio come ipertesto. Il conflitto delle interpretazioni: un “bel rischio”*

Può il territorio essere letto, *scritto*, interpretato e comunicato come un testo (Derrida, 1971; Mudie, 2016; Mastroianni, 2018), anzi – più propriamente – come un ipertesto, tenendo conto della fitta rete di nodi e *link* di cui si compone e a cui rimanda? E, se sì, attraverso il ricorso a quale metodo, quest’opera ermeneutica può aggiungere conoscenza all’ontologia del territorio? Ha ancora senso pensare all’identità territoriale come a un nucleo fisso di proprietà e presumerlo immutabile nel tempo o, piuttosto, non occorrerebbe, parafrasando Bourdieu (1988), iniziare a

vedere il territorio stesso come luogo di una lotta permanente per la sua definizione, intendendo con ciò che il lungo processo attraverso cui esso *si fa* non giunge mai a un approdo definitivo, ma rappresenta, invece, l'arena stessa del conflitto perenne delle sue interpretazioni?

Per tentare, non tanto di rispondere a questi interrogativi – che necessiterebbero di una riflessione ben più ampia – quanto di condividere la proposta di una possibile architettura dei saperi per la lettura del territorio come ipertesto, non si può prescindere dal progetto ricoeuriano di “innesto del problema ermeneutico sul metodo fenomenologico” (Ricoeur 1969, trad. it. 1986, p. 17), attraverso cui esplorare le dinamiche del conflitto tra le possibili interpretazioni – e, dunque, narrazioni – del reale.

Il conflitto, infatti, tema fondante di ogni concezione dialettica, è occasione privilegiata per cogliere le strutture ermeneutiche nelle loro interne articolazioni.

La pluralità dei simboli legati al discorso *del* e *sul* territorio e il loro presentarsi fenomenologicamente – dunque, come dati di esperienza – determinano un conflitto tra le diverse ipotesi ermeneutiche attorno a cui si dispongono, dando luogo a coerenti proposte di significato, ciascuna espressione di un particolare sguardo culturale, anch'esso meritevole di indagine.

È il distinguo di fondo tra *visivo* e *visuale*, se vogliamo fin da subito, con un esempio, agganciare questo primo inquadramento teorico-metodologico al caso studio preso in esame e che vedremo, nel dettaglio, più avanti: se, infatti, per *visivo*, intendiamo il “cosa vediamo” – ciò che l'occhio umano, come organo di senso, è capace di riportare al nostro cervello –, per *visuale* dobbiamo indicare, invece, il “come vediamo”, ossia l'insieme di significati che, attraverso i filtri culturali operanti a livello soggettivo e sociale, giungono alla coscienza del fruitore. Questo ci consente di riflettere sui processi di oggettivizzazione della cultura e di soggettivizzazione dello sguardo, che passano attraverso la visualità o, per ricorrere a un concetto ancor più compiuto, attraverso il “regime scopico” (Metz, 1977).

Difatti, l'interpretazione si fa pur sempre all'interno di una comunità, di una tradizione, di una corrente viva di pensiero, dunque, di una cultura e, per questo, è necessario il ricorso a un'*hermenéia* ben più complessa di una teoria dei segni.

Il lavoro di interpretazione presenta, infatti, una sfida profonda, che è quella

di vincere una plausibile distanza culturale tra creatore/mittente e destinatario del messaggio, di superare, in altre parole, l'intenzionalità del testo per accettare il "bel rischio" platonico delle interpretazioni stratificate (Fedone, 114 d): *a*) ciò che il testo vuole dire (prassi esegetica); *b*) ciò che il testo, nel chiaroscuro semantico del *dichiarato-celato*, non sa di dire; *c*) ciò che, attraverso il testo stesso, posso sapere sui modelli operanti nel contesto culturale in cui esso è stato prodotto.

Da qui, riagganciando l'impalcatura iniziale dei nostri interrogativi, ci accorgiamo che finanche attraverso i toponimi – primo atto territorializzante, anch'esso di natura *testuale* – i territori comunicano. Nell'ottica geosemiotica (Vallega, 2009) che caratterizza questo lavoro, infatti, il toponimo dà già vita, evidentemente, a processi di significazione che creano riconoscimento e avviano processi di organizzazione identitaria. È anche per questo, ad esempio, che, a ben guardare, la rappresentazione cartografica di una data regione, rappresenta un ipertesto verbo-iconico che dispone di una sua particolare "retorica" (Casti, 2000; Harley, 2001) ed è, pertanto, portatrice di un *discorso* (Foucault, 1971).

In virtù di queste prime valutazioni, occorre desumere che un consapevole *homo geographicus* sappia di essere anche, necessariamente, un *homo ermeneuticus* perché è proprio attraverso il *logos*, ossia attraverso un principio informante di tipo comunicativo – e, dunque, per necessità, interpretativo – che si avviano processi di territorializzazione (dallo spazio al territorio) e deterritorializzazione (dal territorio allo spazio) (Deleuze & Guattari, 1991).

Un agire comunicativo, dunque, come "prassi vitale" (Habermas, 1970) che produce o dismette territori, che ci guida nella lettura delle sue pragmatiche (Turco, 2001) e delle sue grammatiche, sistemi di relazioni *sintattiche*, etimologicamente intese come *śyntaxis* (*sun-taxis*), ossia associazioni, organizzazioni, che finiscono col comporre una struttura di senso.

Assumendo, quindi, che il tentativo di lettura del territorio, secondo un paradigma di tipo comunicativo, possa condurci su una strada foriera di interessanti occasioni, resta da chiederci di quale mezzo – o, verrebbe da dire, di quale *medium* – intendiamo servirci per provare a decodificare e rendere intelligibile il suo testo. Anche qui, il riferimento etimologico ci viene in soccorso poiché, se indagiamo il territorio come *testo* (da *texere*: tessere, intrecciare) – ossia, appunto, come trama

di parti che, se ordinate in un discorso, restituiscono un senso compiuto – ci accorgiamo che necessitiamo dell’ausilio di pratiche esplorative attraverso cui rendere comprensibili i significati del *territorio-testo*: la letteratura, la pittura, la musica, la fotografia, il cinema, i *comics*, il *gaming* etc., compongono la valigia degli attrezzi del ricercatore che si appresta a quest’impresa. La ricerca del potenziale comunicativo dei territori è, allora, opportunamente compiuta attraverso un’attribuzione di valore a testimonianze poetiche, letterarie, cinematografiche, figurative, musicali etc., ossia a pratiche in grado di indagare e, allo stesso tempo, imprimere *sensu* al *con-testo* territoriale, mediante azioni culturali di risignificazione simbolica.

In questa sede, ci occuperemo della pratica cinematografica, che nel corso del tempo si è dimostrata in grado di elaborare quell’“inventario della realtà” di cui scrive Benjamin (1936, p. 40 trad. it. 2012), che decodifica e, a sua volta, produce significati culturali, esplora apparati simbolici e arricchisce il nostro agire comunicativo, attraverso il peculiare paradigma della modernità, secondo cui *vedere* equivale a *conoscere* (Simmel, 1908; Foucault 1971, 1975). La soggettività moderna, infatti, è senza dubbio forgiata da una

cultura visiva così imponente da essere spesso anche l’appiglio per forme, più o meno contro-culturali, di resistenza – come avviene nei fenomeni di *culture jamming*, *writing* urbano e contropubblicità – così tanto che per il soggetto moderno il vedere finisce per coincidere con il sapere (Sassatelli, 2011).

A ciò si aggiunge il fatto che il cinema può, a ben guardare, rappresentare un prezioso strumento di analisi geografica e ricerca scientifica poiché, in ragione delle sue componenti, diremo così, tecniche, offre allo studioso l’opportunità di una “maggiore analizzabilità” dello spazio (Benjamin, 1936, p. 39 trad. it. 2012) e dei suoi mutamenti diacronici (Rose, 2001; Bignante, 2011). E, difatti, Benjamin lo esplicita, quando scrive:

Una delle funzioni rivoluzionarie del cinema sarà quella di far riconoscere come la valorizzazione artistica e quella scientifica della fotografia, solitamente distinte, si identifichino” (1936, trad. it. 2012, p. 39).

Questa disposizione del *medium* cinema alla produzione di conoscenza scientifica favorisce la mutua compenetrazione tra arte e teoria e attiva, senza dubbio, un'indagine che investe il territorio del triplice ruolo di destinatario, custode e generatore di costrutti di significato.

*Anatomia di un autoritratto collettivo in movimento: Il Rione Traiano di Selfie* (A. Ferrente, 2019)

*Selfie* di Agostino Ferrente esce nelle sale nel 2019 e si aggiudica il David di Donatello per il Miglior Documentario l'anno dopo. Da lì a breve, rientrerà nella *shortlist* dei dodici migliori documentari per gli European Film Awards.

In quest'opera, co-produzione franco-italiana che ha incontrato il favore della critica e destato l'attenzione del dibattito accademico (Chauvin, 2019; Ravesi, 2019; Tantillo & Carlino, 2019; Bandirali, 2020), Ferrente racconta la drammatica storia che ha segnato le vite degli adolescenti del Rione Traiano di Napoli nel 2014, quando Davide Bifulco, di diciassette anni, fu accidentalmente ucciso da un carabiniere che, durante un inseguimento notturno, lo scambiò per il latitante Arturo Equabile.

Ferrente decide, così, di raccontare il quartiere della periferia Sud-Ovest di Napoli, dove oltre il 35% degli abitanti è disoccupato e scarsamente scolarizzato e la criminalità – più o meno organizzata – spadroneggia, attraverso la videocamera dello *smartphone* di due adolescenti, amici di Davide, Alessandro e Pietro, cui il regista consegna un cellulare, chiedendo loro di filmarsi<sup>38</sup>: la pratica del *videoselfie* cessa, così, di essere un esercizio egocentrato e offre, invece, un autoritratto collettivo del territorio, un racconto *dal basso* di un luogo che pare quasi imporsi come un destino alle vite di chi lo abita.

---

<sup>38</sup> Va, però, precisato che è la regia a dettare ai protagonisti “le regole del gioco: devono essere sempre presenti nell'inquadratura e devono servirsi di un *selfie stick* [...]” (Bandirali, 2020, p. 19). In questo modo, “le riprese non dissimulano affatto la presenza di un'istanza filmante, ma anzi la dichiarano, la accentrano, la tematizzano” (*ibidem*). Questo, inevitabilmente, conduce a riflettere sul fatto che anche la successiva selezione del materiale filmato, ad opera del regista, costituisca in sé un atto interpretativo e narrativo *di secondo grado*, se così vogliamo dire, poiché, nel *cháos* delle riprese, adotta un particolare punto di vista, coglie e veicola una precisa *Weltanschauung* e, dunque, ci rende possibile rintracciare, nella regia e nel montaggio, la trama di un particolare discorso sullo spazio. Ecco che, in questo senso, assistiamo a una stratificazione di carattere metanarrativo, in cui è possibile ricavare informazioni anche dal modo in cui le informazioni sono state costruite (Corna-Pellegrini, 2003).

Rione Traiano è sito nel quartiere Soccavo (Municipalità 9 di Napoli).

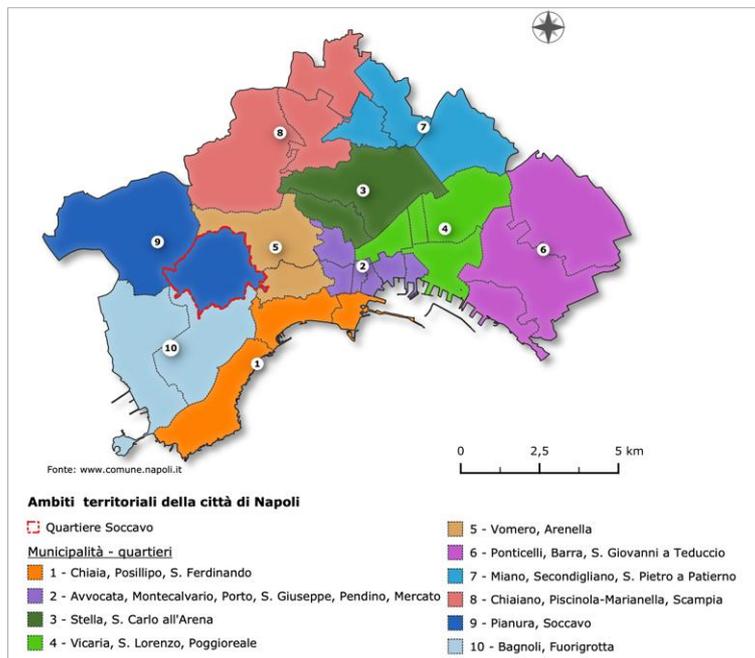


Fig. 1 - Ambiti territoriali della città di Napoli: municipalità e quartieri.  
Fonte: Laboratorio geocartografico dell'Università del Salento. Dott. A. Magurano.



Fig. 2 - Area del quartiere Soccavo della città di Napoli, al cui interno si trova Rione Traiano.  
Fonte: Laboratorio geocartografico dell'Università del Salento. Dott. A. Magurano.

Concepito negli anni Sessanta per gli abitanti delle baraccopoli sul lungomare rimasti senza dimora dal dopoguerra, il quartiere Rione Traiano si è trasformato, nel tempo, in uno spicchio urbano che paralizza le progettualità delle

giovani generazioni che lo abitano: “Prima o poi devi comunque farti la galera. O sei nel giusto o un criminale, vai a finire sempre là” dice un ragazzo in uno dei tanti autoritratti in movimento che compongono l’opera, tradendo un determinismo che la comunità avverte come inevitabilmente derivante dal contesto urbano, che così pure viene rappresentato nelle narrazioni cross-mediali più recenti<sup>39</sup>. Ed è proprio in opposizione a questo immaginario *dominante* – che fonda e, insieme, conta su tutta una serie di stereotipi culturali e geografici, che agiscono come facilitatori della comunicazione – che Ferrente risponde con la sfida di un contro-immaginario “sugli occhi che vedono e non su ciò che vedono”<sup>40</sup>.

Ferrente stesso, in un’intervista, racconta:

Da anni c’è una sorta di accanimento mediatico su Napoli, soprattutto nelle serie TV. La narrazione ha creato una nuova cartolina delle città dormitorio della ricostruzione post-terremoto che tanto arricchì la Camorra: per esempio, le famigerate Vele di Scampia o i palazzoni di Ponticelli. Questa nuova *cartolina* è talmente potente, visivamente, che ha preso il posto della precedente, che durava da un secolo: la pizza, il mandolino. In ogni film su Napoli, ormai tutti si aspettano quel look. [...] Allora io ho pensato che sarebbe stato bello non raccontare quello che i ragazzi di Napoli vedono – che ormai tutti conosciamo – quanto gli occhi che guardano, che spesso possono fare solo quello: guardare<sup>41</sup>.

Difatti, gli schemi interpretativi *dominanti* – ossia le cornici di senso prevalenti all’interno del conflitto delle interpretazioni – contengono *in nuce* il rischio, in certi casi, di favorire letture culturali del *testo-territorio* che costringono

---

<sup>39</sup> Si pensi, solo per citare gli esempi più immediati, al successo editoriale di *Gomorra* di Roberto Saviano o all’omonimo film di Matteo Garrone o, ancora, a *Gomorra – la serie* (2014). A questi, senza dubbio, si aggiungono *La paranza dei bambini*, diretto da Claudio Giovannesi, (2019); *Il sindaco del rione Sanità*, diretto da Mario Martone (2019) e *Indivisibili*, diretto da Edoardo De Angelis (2016).

<sup>40</sup> Da uno stralcio di intervista a Ferrente per «L’Internazionale», consultabile al link <https://www.internazionale.it/video/2019/06/01/agostino-ferrente-selfie>; ultimo accesso 15/09/2020.

Di Ferrente, sempre con l’obiettivo di evidenziare il carattere *contro* delle sue narrazioni su Napoli, va menzionato, senza dubbio, *Le cose belle* (2014), che racconta la vita di quattro ragazzi napoletani, gli attori non professionisti Adele, Enzo, Fabio, e Silvana, in due fasi diverse della loro vita: l’adolescenza, nel 1999, e il passaggio all’età adulta, in un arco narrativo che va dal 2012 al 2013. Anche qui, la città di Napoli è narrata attraverso la parabola esistenziale dei suoi giovani, in cui all’iniziale vivacità dei suoi toni si sostituisce, col tempo, il disincanto e la rassegnazione di una vita che ha preso il sopravvento sulle speranze di emancipazione dei ragazzi.

<sup>41</sup> <https://www.cinematographe.it/rubriche-cinema/interviste/intervista-agostino-ferrente-selfie/>; ultimo accesso 17/03/2021.

a identità asfittiche e deterministiche, arrestando – o quantomeno intralciando – i processi di riorganizzazione identitaria di una comunità (Pollice, 2005).

Al contrario, in *Selfie*, la riscrittura cinematografica – attraverso un dispositivo mobile “che sta in tasca proprio come una penna”, appunto (Tantillo & Carlino, 2019) – agisce da sonda esplorativa in grado di leggere tra le righe del *territorio-testo* e di rischiarare le zone d’ombra della sua narrazione, ibridando gli immaginari (Ragone & Calabrese, 2017) e, conseguentemente, creando nuove *geografie*, a partire da nuovi vettori di senso. Da ciò, appunto, si dipana quel conflitto delle interpretazioni che, a sua volta, è l’*humus* di nuove possibili configurazioni della territorialità, come in una sorta di *experimentum mundi* (Tanca, 2020) in cui non solo la relazione con i “territori *concreti*” (Raffestin, 1986, p. 77), materiali, bensì l’“atto di appropriazione” (Raffestin, 1980, pp. 149-150) che si avvia attraverso il racconto fonda un’esperienza realmente ermeneutica con il territorio. È, in altre parole, il tragitto inverso rispetto alla oggettivizzazione.

Questa *drammaturgia sul campo* – che intercetta e rianima le storie minute, schiacciate dalle visioni *mainstream* – si presenta, quindi, come una testimonianza che aiuta la comunità e il territorio a prendere coscienza di sé e delle proprie possibili traiettorie di sviluppo, a riappropriarsi della fiducia in un possibile processo di cambiamento al di fuori della logica del “così e non diversamente” (Benjamin, 1963, p. 17) contro cui Benjamin scriveva nel suo racconto di Napoli in *Städtebilder* (ibidem, p. 18):

Anche la più misera delle esistenze è sovrana nella sua oscura consapevolezza di essere parte, nonostante tutta la propria depravazione, di una delle irripetibili immagini della strada napoletana, di godere dell’ozio nella sua povertà e di seguire la grande veduta generale. Ciò che si svolge sulle scale è una grande scuola di regia (idem, p. 27).

Questo continuo flusso di eventi imprevisi e imprevedibili – quasi in virtù di una vera e propria “passione per l’improvvisazione” (idem, p. 25) – anima le periferie di Napoli ancor più in seguito al processo di *gentrification* che ha interessato la città – seppure per certi versi ancora non pesantemente – tra le cui cause ritroviamo anche il ricambio generazionale: le generazioni più giovani – e,

spesse volte, senza un'occupazione stabile – infatti, hanno ereditato abitazioni nel centro storico, che, in molti casi, sono poi state adibite a strutture ricettive. Questo ha comportato due dirette conseguenze: *i)* il centro si è popolato di turisti; *ii)* la cura del centro è balzata in cima alle occupazioni delle amministrazioni locali, che si sono concentrate prevalentemente sulla promozione dei quartieri del centro storico, di fatto trascurando le periferie, che hanno finito, nel corso del tempo, col vivere un'esistenza da *monadi*.

Gli scorci di questa periferia sud-occidentale in *Selfie* non rappresentano, però, semplicemente lo sfondo dell'autoritratto, ma un altro personaggio della storia – forse il più importante dal momento che viene avvertito come “un despota”<sup>42</sup> – che rivendica la sua parte nel racconto, imponendosi attraverso le immagini delle telecamere di sicurezza con le date e gli orari in progressione, quasi a scandire spazio e tempo del dipanarsi del racconto.



Fig. 3 - Ripresa di Rione Traiano dalla telecamera di sicurezza n. 06 del 20/06/2017.  
Fonte: *Tratta da Selfie* (2019) di Agostino Ferrente.

---

<sup>42</sup> L'espressione è mutuata dalle impressioni di Michelangelo Antonioni rispetto alla relazione tra il territorio del Delta del Po e le sue genti, riportate in *Per un film sul fiume Po*, 1939, in «Cinema», 39, laddove il regista racconta il profondo assoggettamento delle popolazioni deltizie ai capricci, ai tempi, ai ritmi, al destino imposto dal fiume, che perciò pare tiranneggiare sulle vite degli uomini.



Fig. 4 - Ripresa di Rione Traiano dalla telecamera di sicurezza n. 05 del 04/07/2017.  
Fonte: Tratta da Selfie (2019) di Agostino Ferrente.

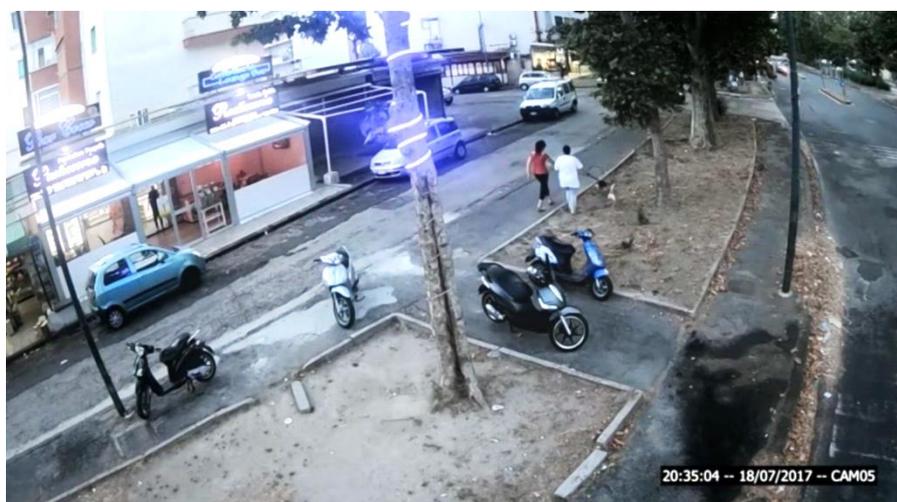


Fig. 5 - Ripresa di Rione Traiano dalla telecamera di sicurezza n. 05 del 18/07/2017.  
Fonte: Tratta da Selfie (2019) di Agostino Ferrente.



Fig. 6 - Ripresa di Rione Traiano dalla telecamera di sicurezza n. 01 del 03/08/2017.  
Fonte: Tratta da Selfie (2019) di Agostino Ferrente.

*Per una geosemiotica del racconto filmico*

Per esplorare il Rione Traiano attraverso *Selfie*, interrogheremo il racconto filmico mediante il ricorso a un'osservazione critica dell'immagine, per una messa in coerenza dell'insieme narrativo. Ci serviremo, dunque, di un'architettura di elementi in grado di aiutarci nella *trascrizione* del territorio e di definire la qualità dell'informazione spaziale che è possibile ricavare dal prodotto in esame.

**Tab. 1 - Griglia per l'analisi del racconto filmico**

<b>Geosemiotica del racconto filmico</b>	
<b>Classificazione del visivo e del visuale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Preliminare osservazione qualitativa dei luoghi (es. aperti/chiusi; luminosi/cupi, attraenti/degradati etc.)</li><li>b) Sono presenti giudizi espliciti o impliciti sul luogo?</li><li>c) Sono presenti personaggi/azioni/comportamenti stereotipati o da intendersi come modelli culturali dominanti? Quali? Sono da intendersi come modelli positivi o negativi?</li><li>d) Osservazione quantitativa delle immagini (bassa/media/alta occorrenza e/o ricorrenza di determinate immagini)</li></ul>
<b>Analisi linguistica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) È presente voce narrante? Maschile/Femminile? Ci sono particolari connotazioni vocali? Quale lingua è impiegato nel prodotto? È presente un dialetto? Sono presenti minoranze linguistiche? Sono presenti sottotitoli?</li><li>b) È presente materiale d'archivio? Di che tipo?</li><li>c) Sono presenti interviste e/o testimonianze?</li><li>d) Che vocabolario è usato in relazione al luogo?</li><li>e) È presente testo scritto nelle immagini del territorio (segnaletica stradale e indicazioni, insegne, cartellonistica pubblicitaria, murales, wall writing, odonomastica etc.)</li></ul>
<b>Elementi diegetici ed extradiegetici relativi al suono</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Sono presenti rumori ambientali? Quali e in che circostanza?</li><li>b) È presente musica? Extradiegetica o diegetica? È caratteristica del territorio? È sovraterritoriale?</li></ul>

Fonte: elaborazione dell'autrice.

Iniziamo, dunque, col dire che il racconto filmico appare diviso in due categorie di osservazione dello spazio: *i*) le riprese esterne, in cui il degrado urbano – con i suoi cantieri, i suoi cumuli di spazzatura per strada, le sedie di plastica sulle soglie di casa, le saracinesche e le insegne di diverse attività commerciali, le palazzine, i balconi e i panni stesi ad asciugare – *corre* alle spalle dei personaggi in

scooter; *ii*) le riprese interne, in cui, a balzare all'occhio dello spettatore, sono perlopiù gli spazi del vivere quotidiano: interni di case, dunque, cucine, camere da letto, bagni oppure garage, bar, sale da gioco.

In ogni caso, una vista *panoramica* del territorio si registra solo quando i due protagonisti arrivano a Posillipo. Ciò appare altamente significativo poiché la veduta dà respiro al paesaggio, restituisce allo spettatore la sensazione di trovarsi in uno spazio godibile, in un *altrove* possibile – simboleggiato, come spesso accade, dal mare – rispetto alla condizione amara e asfittica del contesto urbano.

Il Rione Traiano, infatti, non appare che in scorci, che si compongono e si scompongono caleidoscopicamente nella strutturazione del rapporto figura-sfondo, col risultato di una complessiva assenza di vedute panoramiche del rione: allo sguardo dello spettatore, infatti, sono sottoposti solo *brani* di territorio, esattamente come accadrebbe se lo si osservasse attraverso gli squarci di un telo. Alla fine, resta, dunque, il desiderio inevaso di una visione *intera*. Eppure di Rione Traiano si parla sempre – soprattutto durante i provini, che saranno poi resi sotto forma di interviste – come per un doveroso e imprescindibile riferimento.

La particolare tecnica di ripresa che caratterizza questo lavoro, infatti, se da un lato impedisce il ricorso alla tradizionale *postura* di fruizione frontale (soggetto che guarda un oggetto, dunque, attraverso una necessaria distanza), dall'altro crea una originale esperienza di fruizione, per la quale si parla di un territorio in cui lo spettatore è visivamente immerso, esattamente come i personaggi del racconto. È questo l'aspetto realmente interessante per chi intende indagare *geograficamente* il documentario, poiché ciò sollecita un interrogativo di carattere metodologico: è possibile emanciparsi dalla necessità della *veduta* e nonostante ciò condurre un'osservazione del territorio gravida di informazioni? Se sì, a quali metodologie è opportuno ricorrere per ricavare dati utili all'indagine?

E, difatti, va evidenziato che solo con le immagini delle videocamere di sorveglianza lo spettatore riacquista, per un momento, la visione frontale, per poi reimmersi nello spazio del racconto, con l'ausilio della sonda dei personaggi. In altre parole

la scelta dell'autoritratto [...] è uno stratagemma per restituire una sensazione di *immersività*, per far vivere allo spettatore la loro vita attraverso i loro occhi, per

scoprire un mondo sconosciuto o spesso romanzato da narrazioni che devono privilegiare la spettacolarizzazione della violenza<sup>43</sup>.

Così come pure concorre alla determinazione di un'esperienza *immersiva*, la dimensione sonora del racconto filmico, significativamente composta da materiale d'archivio: si pensi, ad esempio, alla telefonata di soccorso al momento dell'omicidio di Davide, da cui si ricavano informazioni sulla geometria urbana del Rione; alla telefonata giunta alla stazione dei Carabinieri da parte del fratello del ragazzo, sul luogo della tragedia, o all'omelia durante i funerali. Per il resto, l'onnipresente rombo degli *scooter*, un'iniziale, laconica voce narrante a inquadrare la vicenda e, imperante, la sonorità del dialetto napoletano che rimbalza tra riferimenti musicali neomelodici e *trap*, contaminazione globalizzante del ghetto. E, difatti, è proprio alla dimensione del ghetto che la dichiarazione finale di uno dei due protagonisti rimanda:

Ho pensato di venire alla tomba di Giacomo Leopardi. Sta vicino casa mia e non ci metto niente a venire. L'hanno fatta qui perché ha vissuto qui. Ora vi spiego la poesia: in pratica lui davanti aveva un colle e quindi non vedeva oltre questo colle. Allora ha immaginato. Poteva essere qualunque cosa, infinite cose, ha immaginato un'infinità di cose che potevano stare lì dietro. Per questo la poesia si chiama "L'infinito". Quando sto al rione per me è come se fosse la stessa cosa. Io vedo un muro davanti a me e non posso vedere cosa c'è dietro, però io immagino che dietro ci sia un'infinità di cose. E se un giorno io non riuscirò a vedere cosa c'è dietro a questo muro, spero che almeno possano farlo i miei figli. Almeno loro.

### *Conclusioni*

Se, dunque, l'intento del regista, attraverso l'autoritratto dei due protagonisti, è quello di sfidare l'immaginario dominante sul territorio, c'è un momento in cui, nell'opera, quest'ultimo rivendica fortemente la sua parte ed è quando, davanti alla proposta di esser filmati, alcuni dei ragazzi, lusingati dai *riflettori*, tirano fuori le pistole e iniziano a sparare in aria, durante una corsa in

---

<sup>43</sup> "Intervista ad Agostino Ferrente: *Selfie*, Napoli e il cinema italiano", di Jacopo Fioretti, consultabile in <https://www.cinematographe.it/rubriche-cinema/interviste/intervista-agostino-ferrente-selfie/>; ultimo accesso 14/09/2020.

*scooter* tra le vie del rione. È qui che i due protagonisti, Alessandro e Pietro, si fanno portavoce del conflitto delle interpretazioni “che individua nell’alternanza di cariche positive e negative, di stati di alterne fortune e sfortune, il punto fondamentale di una narrazione” (Bandirali, 2020, p. 20):

“Io queste scene non le voglio fare. Stiamo facendo un bel film e all’improvviso dobbiamo mettere scene con le pistole. Che c’azzeccano?”

“Ma nel documentario mica ci devono essere solo cose belle!”

“Ma se iniziamo con le cose belle, finiamo con le cose belle, no?”

“No, dobbiamo iniziare dalle cose brutte e arrivare alle cose belle.”

“No, non mi piace così. Noi stiamo raccontando le cose belle del rione.”

“Ma si devono raccontare anche le cose brutte. Altrimenti che documentario è?”

Questo apre la strada a una complessa riflessione sulla responsabilità – diremo così – *politica* di un atto comunicativo dei luoghi e, in particolare, sul documentario come parte di un rapporto ontologico con la realtà “che si pretende restituita sullo schermo così come si è manifestata davanti alla macchina da presa, senza mediazioni” (Aprà, 2003, p. 350).

*Selfie* si presenta, ad esempio, come un racconto che si pone in controtendenza rispetto alle narrazioni attese e che, proprio in ragione di ciò, consente di far luce su aspetti che generalmente restano nel chiaroscuro dello sguardo mediatico, invisibili all’*audience*, evidenti per la comunità che lo abita, che su di essi continua faticosamente a costruire il proprio progetto di resistenza.

A dieci mesi dalla presentazione al Festival di Berlino, il documentario viene finalmente proiettato per gli abitanti del Rione Traiano, in via Orazio Coclite, alla presenza di mille persone. “La sfida” – raccontano gli attivisti dell’associazione “Davide Bifulco” – “è vedere se il racconto di chi cerca di vivere una vita *normale* catalizza l’attenzione del pubblico al pari di film, serie e romanzi che raccontano solo un aspetto di Napoli e dei suoi quartieri popolari”<sup>44</sup>.

Molti dei presenti dichiarano che “quella è la prima volta che si fa qualcosa

---

<sup>44</sup>[https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/09/27/news/cinema\\_il\\_docufilm\\_selfie\\_su\\_davideo\\_bifulco\\_arriva\\_al\\_rione\\_traiano-237109417/?refresh\\_cc](https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/09/27/news/cinema_il_docufilm_selfie_su_davideo_bifulco_arriva_al_rione_traiano-237109417/?refresh_cc); ultimo accesso 16/09/2020.

nel rione, che si vede il cinema o che si va al cinema a piedi”<sup>45</sup>, quasi a rimarcare la distanza chilometrica che li separa dai grandi centri dove si fa la vita.

L’atto del vedere o, se vogliamo, *ri-vedere* il proprio territorio con occhi nuovi attraverso occhi noti costituisce, così, un atto politico collettivo, una riscrittura e, conseguentemente, una rilettura del *territorio-testo* con nuovi vocaboli, nuove grammatiche, nuove sintassi.

Ecco che, tornando agli interrogativi che hanno aperto questa riflessione, si può ben dire che la territorializzazione sia in grado di assumere direzioni sempre nuove e stimolanti solo se si accetta di correre il “bel rischio” del conflitto tra le interpretazioni, che non solo produce conoscenza intorno all’ontologia del territorio, ma lo costituisce, strutturalmente, in quanto materia vivente e vibrante, vero e proprio magma della relazione dell’uomo col proprio ambiente.

Studiare la territorialità e i suoi processi vuol dire, quindi, anche osservare le configurazioni di questo conflitto permanente, in cui le narrazioni si avvicinano, si accavallano, si scontrano, si amalgamano, si contaminano, ponendo al geografo la sfida dell’esplorazione – e della fondazione – di una nuova ermeneutica per la territorializzazione, a partire da una complessa e funzionale osservazione di stampo fenomenologico.

### **Riferimenti bibliografici**

- Aitken, S.C.; Zonn, L., 1994, *Place, Power, Situation, and Spectacle: A Geography of Film*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham.
- Antonioni, M., 1939, “Per un film sul fiume Po”, in «Cinema», 68, p. 255-257. Archivio Cineteca di Bologna disponibile al sito <http://www.cinetecadibologna.it/archivi>; consultato il 13/09/2020.
- Aprà, A., 2003, “Documentario”, in *Enciclopedia del Cinema*, Treccani, Roma, p. 350.
- Aprà, A., 2017, *Breve ma veridica storia del documentario: dal cinema del reale alla nonfiction*, Edizioni Falsopiano, Roma.
- Avezzi, G.; Fidotta, G., 2016, “Certo non un’esaustiva geografia del cinema”, in «Cinergie. Il cinema e le altre arti», 10, pp. 10-18.
- Bandirali, L., 2020, “Human Reality. Azione e percezione nel racconto audiovisivo italiano tra serial drama e cinema del reale”, in «L’Avventura. International Journal of Italian Film and Media Landscapes», 6, pp. 11-22.
- Barnard, M., 2001, *Approaches for Understanding the Visual*, Basingstoke, Palgrave.

---

<sup>45</sup> Idem.

- Barthes, R., 1998, *Teoria del testo*, in *Scritti*, Einaudi, Torino, pp. 240-241.
- Becker, H.S., 1995, "Visual Sociology, Documentary, Photography and Photojournalism: it's (almost) all a Matter of Context", in «Visual Sociology», 10, pp. 5-14.
- Benjamin, W., 1936, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Zeitschrift für Sozialforschung, Parigi; trad. it., 2012, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Se Editore, Milano.
- Benjamin, W., 1963, *Städtebilder*, Suhrkamp Verlag, Francoforte sul Meno; *Immagini di città*, 2007, tr. it. di G. Backhaus, Marisa Bertolini, Gianni Carchia, Enrico Ganni, Hellmut Riediger, Einaudi, Torino.
- Bourdieu, P., 1988, *La parola e il potere. L'economia degli scambi linguistici*, Guida, Napoli.
- Bignante, E., 2011, *Geografia e ricerca visuale*, Bari, Editori Laterza.
- Calabrese S., Ragone G., 2016, *Transluoghi: Storytelling, beni culturali, turismo esperienziale*, Liguori Editore, Napoli.
- Casti, E., 2000, *Reality as representation. The semiotics of Cartography and the Generation of Meaning*, Bergamo University Press, Bergamo.
- Crary, J. 1992, *Techniques of the Observer: Vision and Modernity in the Nineteenth Century*, Mit Press, Londra.
- Cerreti, C., Giangrasso G., 2004, *Cinema Italia*, in Conti S. (a cura di), *Riflessi italiani. L'identità di un paese nelle rappresentazioni del suo territorio*, Touring Club Italiano e Società Geografica Italiana, Milano, pp. 175-184.
- Corna Pellegrini, G., (a cura di), 2003, *Paesaggi geografici nella cinematografia contemporanea*, Cuem, Milano.
- Deleuze, G., Guattari F., 1991, *Qu'est-ce que la philosophie?*, Les Édition de Minuit, Parigi; trad. it, 2002, *Che cos'è la filosofia*, Torino, Einaudi.
- Dell'Agnese, E., *Paesaggi ed eroi. Cinema, nazionale, geopolitica*, UTET, Torino-Novara, 2009.
- Derrida, J., 1967, *L'écriture et la différence*, 1967; trad. it. di G. Pozzi, 1971, *La scrittura e la differenza*, Einaudi, Torino.
- Dumond, I., 2009, "Il 'procedimento geodocumentario'. Saggio sulla funzione riflessiva della geografia sociale in un mondo mediatizzato" in «Bollettino della Società Geografica Italiana», XIII, 2, pp. 49-74.
- Eco, U., 1962, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Milano, Bompiani.
- Escher, A., 2006, "The Geography of Cinema. A Cinematic World", in «Erdkunde», 60, 3, pp. 07-314.
- Lukinbeal, C., 2005, "Cinematic Landscapes", in «Journal of Cultural Geography», 23, pp. 3-22.
- Foucault, M., *L'ordre du discours*, Gallimard, Parigi; trad. it. 1971, *L'ordine del discorso: i meccanismi sociali di controllo e di esclusione della parola*, 2004, Einaudi, Torino, 1972
- Foucault, M., *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Gallimard, Parigi, 1975; trad.it., 1976, *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Einaudi, Torino.
- Gariglio, L., 2010, "I visual studies e gli usi della fotografia nelle ricerche etnografiche e sociologiche", in «Rassegna Italiana di Sociologia», 51, pp. 117-140.

- Goodwin, C., 2003, *Il senso del vedere*, Meltemi, Roma.
- Habermas, J., 1981, *Theorie des kommunikativen Handelns*, Bd. 1, *Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*, Bd. 2, *Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*, Suhrkamp, Francoforte sul Meno; trad. it., 1986, *Teoria dell'agire comunicativo*, Il Mulino, Bologna.
- Longo, M., 2012, *Il sociologo e il racconto. Tra letteratura e narrazioni quotidiane*, Carocci Editore, Roma.
- Lukinbeal, C.; Zimmermann, S. (2006), "Film Geography. A New Subfield" in «Erdkunde», 60.
- Mastroianni, R., 2018, "Regimi dello sguardo. Sloterdijk e la metafora spaziale", in «Philosophy Kitchen. Rivista di filosofia contemporanea», 5, pp. 150-158.
- Metz, C., 1977, *Cinema e psicanalisi. Il significante immaginario*, trad. it. Marsilio, Venezia, 2006.
- Mudie, E., 2016, "Reading the territory": Psychogeography and urban intertextuality", in «Journal of Urban Cultural Studies», 3, pp. 275-284.
- Mulvey, L., 1975, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", in «Screen», 16 (3), pp. 6-18.
- Nash, C., 2000, "Performativity in Practice: Some Recent Work in Cultural Geography", in «Progress in Human Geography», 24, pp. 653-664.
- Platone, *Fedone*, trad. it. (a cura di) Valgimigli M., 2000, Laterza, Roma-Bari.
- Pollice, F., "Il ruolo dell'identità territoriale nei processi di sviluppo locale", in «Bollettino Società Geografica Italiana», 2005, X, 1, pp. 75-92.
- Pollice, F., 2017, "Placetelling® per uno sviluppo della coscienza dei luoghi e dei loro patrimoni", «Territori della Cultura», 30, pp. 106-111.
- Pollice, F.; Bandirali, L., 2018, "Placetelling®. Il cinema e il racconto dei luoghi", in «Segno Cinema», n. 214, pp. 11-13.
- Raffestin, C., 1980, *Pour une géographie du pouvoir*, Librairies Techniques; trad. it., 1983, *Per una geografia del potere*, Edizioni Unicopli, Milano.
- Raffestin C., 1986, *Punti di riferimento per una teoria della territorialità umana*, in Copeta C., (a cura di) *Esistere e abitare. Prospettive umanistiche nella geografia francofona*, Milano, Franco Angeli, pp. 75-89.
- Ravesi, G., 2019, "Come in uno specchio", in «Fata Morgana», consultabile in <https://www.fatamorganaweb.it/selfie-agostino-ferrente/>; ultimo accesso: 13/04/2021.
- Ricoeur, P., 1969, *Le conflit des interprétations. Essais d'herméneutique I*, Le Seuil, Parigi; trad. it., 1986, *Il conflitto delle interpretazioni*, Jaka Book, Milano.
- Rose, G., 2001, *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*, Sage, Londra.
- Sassatelli, R., 2011, "Cultura visiva, studi visuali", in «Studi culturali», 2, 147-154.
- Simmel, G., 1908, *Soziologie*, Duncker&Humblot, Leipzig; trad. it., 1989, *Sociologia. Indagine sulle forme di associazione*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Sørensen B., 2010, "Digital Video and Alexandre Astruc's Caméra-stylo: the New Avant-garde in Documentary Realized?", in «Studies in Documentary Film», 2, pp. 47-59.
- Schwartz, L., 2008, "Imagining Geographies through Visual Media", in «Aether. Journal of Media Geography», 11, pp. 1-5.

- Tanca M., 2020, *Geografia e Fiction. Opera, film, canzone, fumetto*, Franco Angeli, Milano.
- Tantillo, A., Carlino, T., 2019, “Il reato del reale: “Selfie” e la *caméra-stylo*”, in «Dialoghi. Rivista di studi comparatistici», 6, pp. 125.
- Turco, A., 2010, *Configurazione della territorialità*, Milano, Franco Angeli.
- Vallega, A., 2008, *Fondamenti di geosemiotica*, in *Memorie della Società Geografica Italiana*, Roma.

### *Sitografia*

- L'Internazionale <https://www.internazionale.it/video/2019/06/01/agostino-ferrente-selfie>; ultimo accesso 15/01/2021.
- Le Cinematographe <https://www.cinematographe.it/rubriche-cinema/interviste/intervista-agostino-ferrente-selfie/>; ultimo accesso 14/02/2021.
- La Repubblica Napoli.  
[https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/09/27/news/cinema\\_il\\_docufilm\\_selfie\\_su\\_davideo\\_bifolco\\_arriva\\_al\\_rione\\_traiano-237109417/?refresh\\_ce](https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/09/27/news/cinema_il_docufilm_selfie_su_davideo_bifolco_arriva_al_rione_traiano-237109417/?refresh_ce); ultimo accesso 16/03/2021.
- Mobile Film Festival <https://www.moff.online/#> (ultimo accesso 2/11/2019)
- <https://www.cinemaitaliano.info/news/51833/note-di-regia-di-selfie.html> (ultimo accesso 2/11/2019)

### *Filmografia*

- Selfie*, dir. Ferrente A., Italia, 2019.
- Le cose belle*, dir. Ferrente A., Italia-Francia, 2019.
- La paranza dei bambini*, dir. Giovannesi C., Italia, 2019.
- Il sindaco del rione Sanità*, dir. Martone M., Italia, 2019
- Indivisibili*, dir. De Angelis E., 2016.
- Gomorra – la serie*, Italia, 2014.
- Gomorra*, dir. Garrone M., Italia, 2008.

## Le forme collaborative di comunicazione del co-design e l'interazione con le scienze sociali: l'invenzione di un cultural probe come caso studio

Chiara Vacirca

**Collaborative forms of co-design communication and interaction with the social sciences: the invention of a cultural probe as a case study.** *More and more frequently, social research is borrowing from design and the visual arts tools for qualitative surveys that make communication between researchers and social actors involved softer and more inclusive: questionnaires and interviews are undoubtedly fundamental devices for measuring qualitative data and the emergence of descriptive and thematic landscapes, but what methodology should be adopted when the recipients of the survey are not only samples but long-term participants and possible co-activators of co-designing processes? What possibilities emerge in qualitative analysis to increase the engagement of the individuals involved or to establish in social research a responsive and more horizontal communication? Think, for example, of researches that monitor needs, quality of services and intervention strategies on the same; researches that investigate certain forms of social exclusion and that therefore require delicacy, care and trust in the relationship between researcher and user; or researches that involve heterogeneous actors, perhaps with not very high cultural level and a strong ethnic and age diversification. The tools offered by interaction design offer the possibility of creating a relational undergrowth in the curation of projects for unfamiliar groups, incentivizing the imaginative and concrete agentivity of the participant in the activity (Gaver, Dunne, Pacenti, 1999; Howard et al., 2005; Rivoltella, 2015). The central theme of the paper will therefore be to monitor the quality of this communication in two complementary processual lines: the design phase of administration/prototyping, that is, in the researcher-user interlocution, and the design phase of the probe itself, in which communication is researcher-researcher (and more specifically social researcher-designer). In the first part, the analysis of the different approaches to the practice of co-design will be conducted through the available literature, thus outlining a reasoned mapping of the available methodologies and their functioning; in the second part, instead, a case study will be examined in which two Tuscan associations, Florence-based Opificio Sociologico and CoDesign Toscana, are the protagonists in the creation of the cultural probe Vado. Il tempo in tasca during the lockdown period, between March and June 2020: the empirical story-telling of the decision-making methods used, the disciplinary comparisons, the division of roles, the frequency of meetings will provide pragmatic indications for a modeling repeatable in other contexts.*

**Keywords:** codesign, cultural probes, social design, social sciences, prototypes

### *Introduzione*

Negli ultimi anni, gli strumenti offerti dalla progettazione partecipata si sono rivelati una metodologia in grado non solo di tessere una relazione orizzontale tra ricercatori e stakeholders, ma anche di facilitare una rilevazione di dati e qualità interpretativi sorprendenti per la ricerca sociale; questo ha portato all'emersione di un variegato paesaggio di pratiche, ruoli e approcci innovativi e interdisciplinari alla ricerca (Sanders & Stappers, 2008).

I questionari, le interviste e i focus group restano indubbiamente fondamentali per la misurazione di dati qualitativi e l'emersione di paesaggi descrittivi e tematici, ma gli strumenti del design sono a loro volta dispositivi efficaci e offrono soluzioni interessanti, specialmente nei casi in cui, nello scambio

ricercatore-utente siano in atto processi a medio-lungo termine e dov'è quindi auspicabile una più marcata libertà autoriale da parte dei campioni coinvolti.

Nel contesto di questo contributo, per *design* si intende quella modalità di progettazione in cui i progettisti cercano di capire, interpretare e infine affrontare una sfida o un'opportunità nella loro realtà attuale sviluppando e creando concettualmente soluzioni (e.g. spazi fisici, prodotti, servizi, infrastrutture, politiche) che potrebbero rendere migliore la realtà futura; il prefisso "co" segnala l'attitudine collaborativa, cooperativa, collettiva o di natura connettiva di questo impegno nel design. Nel processo di co-design accademici, professionisti e comunità d'interesse lavorano insieme sviluppare idee e soluzioni strategiche che rispondano a determinate questioni del presente, connettendo conoscenze, abilità e risorse (Zamenopoulos & Alexiou, 2018).

La comunicazione diventa quindi fondamentale al fine di aumentare l'engagement e facilitare l'agency degli utenti/attori coinvolti e creare un humus relazionale responsivo e orizzontale. Tema centrale del paper sarà quindi quello di mettere in luce la qualità di questa comunicazione in due complementari linee processuali che pongono al centro, prima dal punto di vista metodologico e poi empirico - attraverso un caso studio: a) l'interlocuzione tra ricercatore e utente nelle fasi di progettazione, somministrazione e prototipazione dei dispositivi offerti dal co-design; b) l'interlocuzione fra designer e ricercatore sociale nella fase di ideazione stessa della strumento *cultural probe*.

Nella prima parte, l'illustrazione dei diversi approcci alla pratica di co-design verrà condotta attraverso la letteratura disponibile, delineando così una mappatura ragionata sulle metodologie a disposizione e il loro funzionamento; nella seconda parte invece sarà preso in esame il caso studio che vede come protagonisti due associazioni toscane, Opificio Sociologico di Firenze e CoDesign Toscana, nell'ideazione della *cultural probe Vado. Il tempo in tasca* durante il periodo di lockdown, fra marzo e giugno 2020: la ricostruzione tramite storytelling dei metodi decisionali utilizzati, dei confronti disciplinari, fino alla divisione dei ruoli e la frequenza degli incontri permetteranno di fornire indicazioni pragmatiche per una modellazione ripetibile in altri contesti di collaborazione interdisciplinare. Obiettivo del caso studio è far emergere come, nella comunicazione e

collaborazione tra designers e ricercatori sociali, il materiale ottenuto nella fase di indagine culturale possa costituire a propria volta una base organica di dati che, se organizzati, conducono ad un'analisi qualitativa a stampo più strettamente sociologico e come, d'altro canto, le rilevazioni qualitative attraverso i metodi come l'intervista, possano costituire il tappeto propedeutico alla successiva fase di co-progettazione. In ogni caso, le interazioni disciplinari intese come comunicazione attiva costituiscono fonte di arricchimento reciproco e complementarità nello sviluppo della ricerca-azione.

### *Gli strumenti del co-design: probes, toolkits e prototipi*

La comunicazione tra ricercatori, designer e utenti nelle pratiche di co-progettazione e, più in generale, nei framework partecipativi è costellata da una variegata sfumatura di approcci metodologici che connotano da un lato i livelli di agentività nei ruoli e nelle prese di posizione in termini decisionali, dall'altro la tipologia di ricerca adottata. Una lettura facilitata è offerta dal quadro semiotico in figura (Sanders & Stappers, 2008), dove si individuano rispettivamente il ruolo dell'utente sull'asse orizzontale e l'approccio alla ricerca sull'asse verticale (Fig. 1).

Come forse si può intuire, lo studio proposto in questo contributo si posiziona in particolare nella fascia alta del quadro semiotico, ovvero quella focalizzata essenzialmente su due declinazioni dell'approccio design-led, in cui l'engagement dell'utente scivola tra una posizione di soggetto e una posizione di *partner*; a queste due posizioni corrispondono rispettivamente due distinti mind-set progettuali, ovvero *designing for* e *designing with* (Sanders & Stappers, 2014) e che differiscono essenzialmente nella scelta dell'output, ovvero del dispositivo adito alla progettazione (e.g. *probes, generative tools*). Nello specifico, le cultural probes (letteralmente "sonde culturali") si posizionano sul lato sinistro del quadro semiotico in quanto ideate da ricercatori *per* utenti, al fine di evocare risposte creative individualmente e utilizzarle a propria discrezione.

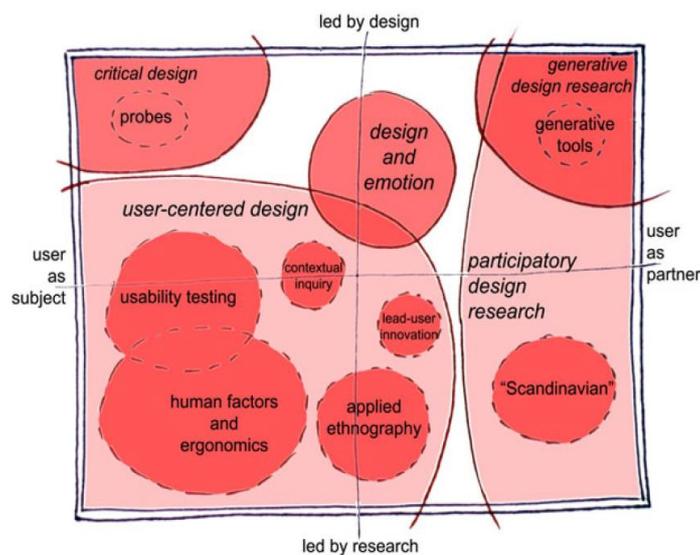


Fig. 1 La mappa della ricerca progettuale, che mostra diversi approcci disposti lungo due assi: ruolo dell'utente (orizzontale) e approccio della ricerca (verticale) (Sanders & Stappers, 2008).

Toolkits e prototipi si posizionano invece sul lato destro in quanto strumenti generativi e in grado di incentivare e facilitare un processo di com-partecipazione (progettare *con*), in cui confronto, discussione e fare in comune costituiscono i nodi centrali.

In realtà, come vedremo, tra i vari dispositivi (probes, toolkits e prototipi) insiste una certa complementarità e consequenzialità, tanto che ciascuno strumento può essere utilizzato in maniera scalabile, creando un frame temporale del processo di co-progettazione. Ma andiamo con ordine.

### *Probes*

A differenza dell'osservazione diretta (come offrono gli studi tradizionali sul campo), lo strumento *cultural probe* consente all'utente di auto-somministrarsi un'indagine culturale e di auto-segnalare reazioni che costituiscono il corpus d'analisi dei ricercatori; può assumere diverse forme, il più delle volte si tratta di diari o quaderni, e sono progettate o per fornire risposte in seguito a stimolazioni visive come mappe, cartoline, fotografie; oppure per produrle creativamente attraverso l'uso di giochi, macchina fotografica, registratore con istruzioni (Gaver et al., 1999).

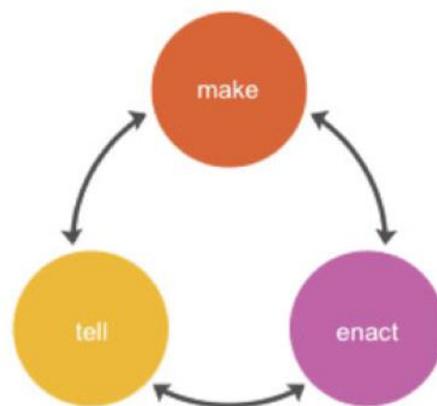
### *Toolkits*

Questi strumenti, se per forma o stimolazione visiva possono coincidere con alcuni elementi delle probes, vengono però utilizzati in un contesto sostanzialmente opposto (ovvero, in una fase successiva) cioè quello in cui l'utente diviene partecipante di un processo confrontandosi contemporaneamente con altri utenti e con i ricercatori. Stiamo parlando delle sessioni di co-progettazione, a volte veri e propri eventi pubblici, in cui il lavoro collettivo di espressione, discussione e confronto viene condotto attraverso strumenti specificatamente pensati per lavorare su diversi livelli di creatività e stimolazione ideativa: post-it, cartelloni, schede ma anche oggetti tridimensionali, forme, costruzioni (e.g. i mattoncini Lego) e tutto ciò che nei singoli contesti può ispirare un atto creativo e una posizione progettuale. Questi oggetti vengono utilizzati per produrre manufatti che raccontano un'idea di presente o di futuro, elaborata in un lavoro di gruppo o, se individuale, comunque all'interno di un frame partecipativo (Madden et al., 2014).

### *Prototipi*

I prototipi sono le manifestazioni fisiche delle idee, delle riflessioni e dei concetti, possono acquisire la forma di bozze progettuali oppure avere a tutti gli effetti l'aspetto di un modello in scala; sono spesso frutto di assemblaggio creativo degli strumenti messi a disposizione, siano essi moduli in legno, plastica, oggetti elettronici o altri materiali. Nel fare, ossia nel processo discorsivo della prototipazione, i soggetti della ricerca spingono le loro intuizioni in superficie attraverso l'osservazione, la riflessione, l'interpretazione, l'espressione e la discussione delle idee; questi assemblaggi (Sanders et al., 2010) offrono quindi la capacità di creare "cose" in grado di descrivere bisogni, preoccupazioni e opportunità, favorendo anche visioni di scenari e modi di vivere futuribili (Madden et al., 2014). In questo senso, il prototipo si legge come generatore di una pratica performativa di espressione creativa e confronto collettivo, in cui l'atto del fare, ovvero dell'assemblaggio, non può prescindere dalla narrazione e della rappresentazione e anzi si realizza in un movimento ciclico interattivo (Fig. 2). I manufatti, siano essi prototipi di un parco, di una strada o visioni rappresentative di un disagio o l'esplorazione di un senso comune, rivelano storie, ruoli e percezioni

sociali (Sanders & Stappers, 2014) che prontamente le persone condividono o ne spiegano il funzionamento (nel caso l'oggetto sia la rappresentazione di qualcosa di molto concreto). Il prototipo ha quindi bisogno di essere rappresentato, agito, condiviso e si rivela attraverso le storie raccontate su di esso e le scene in cui esercita un ruolo. Nel suo valore assoluto rimane quasi muto e può generare ambiguità; ma è in anche questa ambiguità, in effetti, che a sua volta genera ulteriori disvelamenti di creatività, espressione e confronto (Sanders & Stappers, 2012).



*Fig. 2. Fare, raccontare e mettere in atto come attività complementari e connesse nella prototipazione (Brandt, Binder and Sanders, 2012).*

#### *Le fasi del co-design: ideazione, produzione, valutazione*

Dalla concisa panoramica offerta sugli strumenti della co-progettazione, può risultare evidente come agli obiettivi e ai risultati attesi per ogni dispositivo corrisponda un orientamento temporale differente che può scandire, fase per fase, un intero processo partecipativo. L'illustrazione in basso (Sanders & Stappers, 2014), risponde in maniera puntuale a questa evidenza, posizionando gli strumenti a seconda dei vari momenti e soprattutto delineando anche la natura dell'interazione fra designer e utente (*for/with*).

Se quindi scegliamo di visualizzare il processo progettuale come una linea in grado di assumere forme e direzioni differenti e imprevedute in proporzione diretta alla partecipazione degli utenti, la prima fase e l'ultima fase appaiono come dritte: l'ideazione e l'analisi valutativa ex-post sono di stretta competenza dei designers o del gruppo più eterogeneo di ricercatori coinvolti; difatti, una delle caratteristiche

fondamentali della *probe* è proprio quella di concentrarsi esclusivamente nella fase iniziale di ideazione (*pre-design*) e nella fase di lettura dei risultati (*evaluative*), mentre nella fase centrale, ovvero quella generativa, gli strumenti utilizzati generano un'interazione mediata ma imprevedibile, in cui evidentemente, strumenti quali toolkits e prototipi si prestano all'utilizzo in misura maggiore, permettendo un atto creativo collettivo in grado di tradurre un'idea concettuale in un prodotto – inteso nella sua forma più ampia di servizio, ambiente sociale, esperienze (Brandt et al., 2012).

In estrema sintesi, la comunicazione fra designer e utente nella prima fase è strettamente mediata dalla *probe* e non sussiste quindi una reale e fisica interazione fra i gruppi né una possibilità di interferenza o influenza; proprio per questa ragione, le informazioni raccolte da questo tipo di indagine sono particolarmente utili non solo nelle prime fasi di un processo di progettazione ma anche – come vedremo nel caso studio più avanti – nella rilevazione di una specifica percezione sociale all'interno di un target ragionato di campioni. Inoltre, l'aspetto creativo, la produzione artistica e la centralità estetica di questo strumento consentono di aprire spazi di riflessione non necessariamente mainstream, stimolando l'immaginazione e il pensiero speculativo e ottenendo un resoconto impressionistico sulle convinzioni, i desideri, le preferenze estetiche e le preoccupazioni culturali del gruppo di utenti (Gaver et al., 1999).

In conclusione, messe in luce la modulazione degli strumenti del co-design e la loro attuazione processuale, ci si chiede dove e come in questo contesto può inserirsi la ricerca sociale?

Quali interazioni di metodo e di strategia possono verificarsi nella comunicazione e nella collaborazione interdisciplinare fra designer e ricercatori sociali? Intuitivamente, la fase di pre-design nonché quella più strettamente valutativa, sono quelle che maggiormente si prestano alla scienza sociale come momento di selezione del campione, indagine preliminare e lettura dei risultati. Quale apporto può quindi offrire l'indagine sociologica in queste fasi?

La ricostruzione del caso studio nei prossimi paragrafi permetteranno di offrire un esempio a risposta di queste domande, avvalorando l'ipotesi che la ricerca sociale applicata e co-design possano essere due discipline in stretta sinergia.

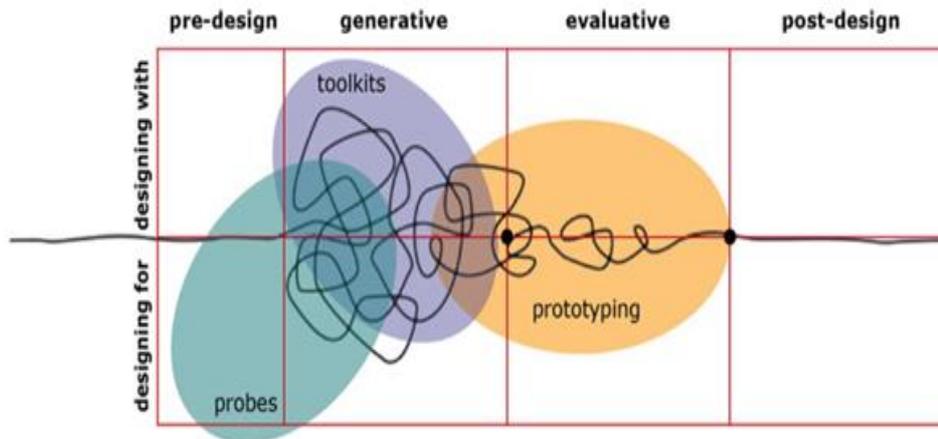


Fig. 3 Tre approcci al fare posizionati rispetto ai mind-set e alle fasi del processo di progettazione (Brandt et al., 2012).

*La creazione di una cultural probe: il caso studio di sociologi e co-designers in comunicazione*

Il caso studio ha come protagonisti due collettivi di ricercatori toscani, Codesign Toscana<sup>46</sup> (d’ora in poi CT) – associazione culturale e network multidisciplinare di professionisti e ricercatori esperti nella progettazione collaborativa con pubblici eterogenei – e Opificio Sociologico<sup>47</sup> (d’ora in poi OS), associazione di promozione sociale con base a Firenze, attiva nella ricerca sociale, nella partecipazione civica e nella ricerca-azione. Si ricorda a tal proposito, che in Toscana, ai sensi dell’articolo 55 del d.lgs 117/17 nonché della normativa regionale 400/2020, gli enti pubblici locali devono provvedere, in partenariato con enti del Terzo Settore ad attività di co-progettazione e ricerca sociale applicata “nella definizione ed eventuale realizzazione di specifici progetti, servizi o interventi finalizzati a soddisfare bisogni definiti nonché di progetti innovativi e sperimentali” (normativa regionale 400/2020, art. 11, comma 2). La ricostruzione del caso studio è stata possibile grazie alle interviste svolte a due rappresentanti per ogni associazione coinvolta.

<sup>46</sup> [www.codesigntoscana.org](http://www.codesigntoscana.org)

<sup>47</sup> [www.piccolopificiosociologico.it](http://www.piccolopificiosociologico.it)

### *Fase 0*

La primissima fase ideativa nasce nel marzo 2020 per interesse iniziale di OS che, nel pieno dell'esperienza pandemica del lockdown nazionale, aveva gettato le basi per la realizzazione di un progetto di web documentary di sociologia visuale, intitolato *Quarantena Blues*. La prima fase della ricerca si era così costituita da una serie di 40 interviste semistrutturate ad un campione ragionato di testimoni privilegiati della pandemia (anziani, insegnanti, assistenti sociali, infermieri), cercando di cogliere i cambiamenti repentini nella rete delle relazioni sociali dovuta all'emergenza sanitaria e alle forme di restrizioni e distanziamento sociali.

Dall'analisi delle interviste era così emerso uno scenario narrativo che raccoglieva le testimonianze ricevute in 5 storie d'amore intese come contenitori tematici della ricerca, ovvero: a) *L'insospettabile intimità* ovvero la narrazione dei cambiamenti nel rapporto con lo spazio della quotidianità; *L'ineludibile inculata*, ovvero l'analisi della genitorialità, della coppia e della violenza domestica; *L'imperituro odi et amo*, in cui si metteva in luce la dimensione politica, il rapporto con le istituzioni e la ridefinizione dei diritti; *La doverosa relazione di coppia*, che aveva come protagonista il tema della marginalità e della multiculturalità in pandemia; *L'irrefrenabile amante*, infine, come narrativa della costruzione di nuovi immaginari post-quarantena.

A conclusione di questa fase "0" di raccolta ed elaborazione creativa dei dati, nasce, da parte di OS l'esigenza e l'interesse di mettere in comune le idee e provare a costruire qualcosa che investigasse in ottica più inclusiva e partecipativa i temi emersi. Così, dalla necessità di incidere in un momento storico unico, dall'esigenza di interrogarsi e dare una risposta di senso a questo momento, e soprattutto dalla voglia di collaborare insieme fattivamente e dalla curiosità da parte di entrambe le associazioni nel reciproco lavoro di ricerca, si avvia il coinvolgimento diretto di CT e l'avvio vero e proprio del processo collaborativo, che assume nel tempo caratteristiche e organizzazione diversa.

### *Fase I: "a porte aperte"*

In questa fase ha prevalso su tutte la domanda su "come attivarsi"; in modo particolare il ruolo dei designers è stato fondamentale nella facilitazione e nella

mediazione del gruppo, nella proposizione di pratiche che guidassero all'individuazione di superfici comuni di visione e di azione. In questa fase gli incontri avvengono settimanalmente in plenaria, spesso utilizzando la piattaforma *Jamboard* che più di altre permette una simulazione di ciò che normalmente avviene nelle sessioni di co-progettazione; la durata degli incontri varia dalle 2 alle 4 ore.

Durante le interviste, alcuni ricercatori fanno notare come fin dal principio abbia prevalso un atteggiamento di spontaneità e di flessibilità, non compromettente la responsabilità, attitudine ritenuta tipica della ricerca indipendente e della progettazione nel Terzo Settore.

Le difficoltà emerse dalla comunicazione online si sono dimostrate in realtà strumenti catalizzatori per velocizzare l'individuazione di tematiche comuni e di soluzioni per facilitare l'operatività, nonché l'interesse a mantenere un atteggiamento di apertura allo scambio e alla condivisione, guidato da una domanda di senso, prima di tutto su cosa, in quel momento storico, significasse lavorare insieme, nelle diversità disciplinari ma anche in un'ottica di restrizione e di distanza fisica; forse non a caso, la metafora descrittiva del "lavorare a porte aperte" è stata un'espressione che tornava spesso e volentieri nelle parole dei ricercatori coinvolti nell'analisi di questo studio: restare aperti, nonostante le chiusure.

Quasi subito, l'attenzione si è collettivamente rivolta allo strumento della *cultural probe* come dispositivo su cui innestare una progettazione comune; nella probe si sono intraviste le capacità metodologiche che ben si sposavano con i limiti imposti dalla pandemia in quanto: a) indaga a distanza, data la regola della non-interferenza fra ricercatore; b) si caratterizza in quanto auto-somministrazione dilatata nel tempo e quindi possibile strumento di accompagnamento quotidiano in grado di offrire un momento evasivo e riflessivo allo stesso tempo; c) dato il suo carattere ibrido, riconosciuto dalla sociologia e comunque afferente in generale al campo delle scienze umane, permetteva una coesistenza di metodi deduttivi e induttivi. d) strumento che si ben si posiziona nel passaggio tra mondo privato e ciò che è invece di pubblico interesse e nel senso più ampio delle trasformazioni sociali. I temi della probe andavano quindi a rivedere e ampliare nello specifico due

dei capitoli di *Quarantena Blues*, ovvero quello dell'esplorazione dei diritti e la costruzione di nuovi immaginari.

### *Fase II: i gruppi di lavoro*

Una volta stabilito l'out-put della progettazione, il lavoro ha cominciato via via ad intensificarsi, provocando una sempre maggiore difficoltà nella gestione dello stress online e nella facilitazione dei processi decisionali. Così, una volta capito l'obiettivo fattuale da portare avanti, si è collettivamente deciso di dividersi in gruppi operativi misti (che avesse cioè rappresentanti di ciascuna associazione); oltre all'incontro in plenaria, quindi, in cui riportava il lavoro dei gruppi, si aggiunge in calendario un secondo meeting settimanale volto al lavoro dei singoli gruppi. È in questa fase che cominciano a collaborare anche altre figure professionali esterne che aumentano le prospettive e le competenze (e.g. un ricercatore in filosofia nel gruppo copywriting).

I gruppi sono quindi tre, formati tendenzialmente da due designer e un ricercatore ciale: un primo gruppo relativo allo sviluppo dello strumento *probe* (ovvero il corpus di contenuti e testo); uno dedicato alla comunicazione del progetto e all'editing; un ultimo gruppo connesso all'engagement, ovvero la selezione del primo campione pilota a cui somministrare lo strumento. Ad ogni modo, è stato sostanzialmente utile mantenere una visione di sistema nel movimento di sviluppo dei contenuti, soprattutto fra la comunicazione e l'engagement.

In questa fase, emerge quanto la capacità progettuale dei designers sia stata coadiuvata dalla capacità di sintesi connotata come propria dei ricercatori sociali.

### *“Vado, il tempo in tasca”*

La *probe*, nella sua forma conclusiva, appare come un booklet sfogliabile, un diario di viaggio leggibile come un'esperienza a tappe (Fig. 4), dove ogni tappa è un momento di riflessione; come si legge, “il viaggio rappresenta, metaforicamente, quell'insieme di momenti di transizione verso l'ignoto post-pandemia. Sei strumenti descrivono sei tappe del viaggio a partire dal valico verso l'ignoto rappresentato dalla prima delle sonde. Le successive descrivono ciò che invece per lo stesso viaggiatore è ancora difficile raccontare”. Le finalità dello

strumento si individuano nella creazione di strumenti discussione; nel rintracciare indicatori relativi agli aspetti trasformativi del benessere – intesi come quei cambiamenti e aspetti nuovi che possano condurre a rintracciare possibili progettualità di servizi e politiche in grado di fronteggiare gli effetti della pandemia nel lungo periodo; nella promozione del co-design come approccio utile a fronteggiare situazioni complesse e ad attivare progetti finanziabili.

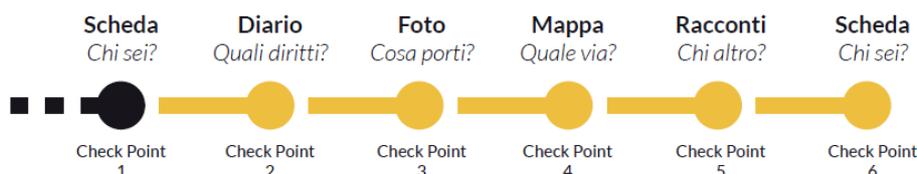


Fig. 4 estratto da *Vado. Il terzo in tasca* (courtesy of *Opificio Sociologico e Codesign Toscana*)

### *Conclusioni*

A conclusione di questo contributo, il concetto di comunicazione, esploso in forme di ideazione, interazione, co-progettazione, può a sua volta essere dipanato in tre ulteriori forme che costituiscono, alla luce del caso studio illustrato, una forma propedeutica di risposta a quali relazioni inedite possano aprirsi nella comunicazione interdisciplinare fra ricercatori.

Innanzitutto, la comunicazione può essere letta come forma di autogestione, intesa come sinergia generativa e orizzontale: autogestione dei tempi e degli spazi virtuali, specialmente in condizioni di restrizione in cui il lavoro di ricerca condiviso è divenuto principalmente online; l'autogestione dei compiti, grazie alla divisione in gruppi misti; l'autogestione delle competenze, nel cui processo di condivisione si permette di andare oltre le dinamiche e le forme di appartenenza disciplinare; l'autogestione del linguaggio (in parallelo alla progettazione condivisa, è infatti nata l'esigenza di creare un glossario comune in grado di condensare le distanze disciplinari).

L'autogestione a sua volta può leggersi come spazio di comunicazione interdisciplinare che vede la progettazione come attitudine universale, in un'ottica olistica e non soluzionista; che permette da un lato il superamento anche momentaneo dei settorialismi disciplinari ma che al tempo stesso facilita una

maggior comprensione del proprio posizionamento, in relazione alle proprie competenze e a quelle degli altri.

Infine la comunicazione autogestita, ha permesso, nel caso raccontato, l'emersione di nuove domande e l'apertura a nuove fasi di progettazione e collaborazione, in merito soprattutto alle possibili integrazioni tecniche che è possibile apportare tra ricerca sociale e co-progettazione, specialmente dal lato metodologico; come rendere replicabile e modellabile un sistema di ricerca che integri descrizione (ricerca sociale), progettazione (ricerca sociale + codesign) e realizzazione (codesign).

### *Ringraziamenti*

Si ringrazia Rita Duina, Marco Berni (Codesign Toscana), Costanza Gasparo, Daniele Busciantella (Opificio Sociologico) e Davide Cherubini (copyrighter e filosofo) per le interviste e le lunghe condivisioni dell'esperienza vissuta.

### **Riferimenti Bibliografici**

- Brandt, E.; Binder, T.; Sanders, E. B.-N., 2012, *Tools and Techniques: Ways to Engage Telling, Making and Enacting. Routledge International Handbook of Participatory Design. Routledge International Handbooks, in Participatory Design. A Reference Book*, Simonsen&Robertson, pp. 145-181. New York, Routledge.
- Gaver, W.; T. Dunne; E. Pacenti, 1999, "Cultural Probes.", in «ACM Interactions», 6, pp. 21-29.
- Gaver, W.; Boucher, A.; Pennington, S.; Walker, B., 2004. "Cultural Probes and the Value of Uncertainty." In «ACM Interactions», 11, pp- 53-56.
- Madden, D; Cadet-James Y; Atkinson, I.; Watkin Lu F., 2014, "Probes and prototypes: a participatory action research approach to codesign", in «International Journal of CoCreation in Design and the Arts», 10, pp. 31-45.
- Rivoltella, P. C. (a cura di), 2015, *Smart future. Didattica, media digitali e inclusione*, Franco Angeli, Milano.
- Sanders, E. B.-N., Brandt E., and Binder., T.; 2010. "A Framework for Organizing the Tools and Techniques of Participatory Design." Proceedings of the Participatory Design Conference 2010, Sydney, Australia.
- Sanders, E. B.-N., P. J. Stappers. 2008. "Co-creation and the New Landscapes of Design", in «CoDesign», 4, 5-18.
- Sanders E. B.-N. P. J. Stappers. 2014 "Probes, toolkits and prototypes: three approaches to making in codesigning" International Journal of CoCreation in Design and the Arts 10, 5-14
- Schön D. A., 1993, *Il professionista riflessivo*, Bari, Edizioni Dedalo.

## **Note sugli autori e sulle autrici**

### **Chiara Agagiù**

Chiara Agagiù (Lecce, 1987). Consegue nel 2013 la laurea in Lettere con lode presso l'Università del Salento. Vincitrice nel 2015 e nel 2016 di due scholarship bilaterali Italia-Slovenia promosse dal MAE, ha svolto attività di ricerca presso la Filozofska Fakulteta dell'Università di Lubiana. Dal 2014 è membro del Laboratorio di Studi Lacaniani – Università del Salento, come responsabile di “Partnership e relazioni internazionali”. Svolge attività di ricerca e pubblicazione scientifica sulle forme di narrazione identitaria come espressione dei processi di soggettivazione nel settore psicopedagogico, con un approccio interdisciplinare tra filosofia dell'educazione e psicoanalisi di indirizzo lacaniano.

### **Luca Benvenga**

Luca Benvenga è dottorando in Human and Social Sciences all'Università del Salento. La sua ricerca di dottorato, dal titolo “Active and Healthy Ageing: nuove metodologie dell'e-Health”, riguarda il potenziale espresso dall'impiego delle tecnologie digitali al settore sanitario.

### **Francesca Maria Fiorella**

Francesca Maria Fiorella, laureata in Scienze Della Politica, è dottoranda in Human and Social Sciences all'Università del Salento e dal 2021 è membro del consiglio di Research Network Sociology of the Arts (RN02- Sociology of The Arts). I suoi interessi di ricerca riguardano il ruolo dell'arte nella società e il rapporto tra arte e memoria. Nel suo progetto di dottorato analizza, nello specifico, le pratiche e le produzioni artistiche visuali contemporanee che affrontano in chiave critica ed autocritica il passato coloniale italiano e le sue relazioni con il presente.

### **Roberto Franco Greco**

Nel 2014, si laurea in Giurisprudenza presso il Dipartimento di Scienze giuridiche dell'Università del Salento, dove è cultore delle materie di diritto dei contratti pubblici, diritto amministrativo progredito e diritto amministrativo dell'ambiente. Nel 2016, presso lo stesso Ateneo, consegue il Master di II livello in Gestione delle risorse ambientali. Nello stesso anno, ottiene la qualifica di Guest Researcher of the Rural Sociology Group presso l'Università di Wageningen (Olanda). Dal febbraio 2018 è dottorando in Human and Social Sciences e si occupa dello studio delle prospettive fornite dalla legge n. 194/2015 sulla Tutela e valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare. Nell'ambito dell'attività dottorale, in qualità di Visiting PhD Student, ha trascorso sei mesi di ricerca presso il Danish Centre for Rural Research (CLF) dell'Università del Sud della Danimarca (SDU) di Esbjerg.

### **Patrizia Miggiano**

Patrizia Miggiano è dottoranda di ricerca in Human and Social Sciences presso il Dipartimento di Storia, Società e Studi sull'Uomo dell'Università del Salento. Nell'ambito della sua ricerca, si occupa del rapporto tra geografia e media, con una particolare attenzione al cinema documentario come strumento per la narrazione del patrimonio culturale (materiale e immateriale) e come pratica territorializzante. La sua ricerca prevede, nella sua fase applicativa, la realizzazione di prodotti documentari *edutainment* di contenuto geo-storico, volti a diffondere la conoscenza dell'heritage.

### **Sara Nocco**

Sara Nocco è PhD Student in Human and Social Sciences presso il Dipartimento di Storia, Società e Studi sull'Uomo dell'Università del Salento. La sua ricerca scientifica è orientata allo studio dei sistemi alimentari su scala globale e locale, sostenibilità alimentare e relazioni all'interno delle catene alimentari.

### **Michele Pieroni**

Consegue la laurea triennale in Scienze Internazionali e Diplomatiche e una magistrale in Mass Media e Politica presso la scuola di Scienze Politiche “Roberto Ruffilli” dell'Università di Bologna, sede di Forlì. Terminato questo percorso consegue un doppio diploma italo-francese di laurea magistrale in Scienze Storiche e Orientalistiche presso l'Université Paris Diderot e l'Università di Bologna. Attualmente è dottorando in Human and Social Sciences presso l'Università del Salento.

**Simone Rollo**

Ha conseguito la laurea Magistrale in Psicologia presso l'Università del Salento con uno studio di ricerca in psicologia clinica. Attualmente è dottorando in Human and Social Sciences presso l'Università del Salento con un progetto di ricerca dal titolo “La concettualizzazione dell'Uso Problematico di Internet e l'esperienza dell'uso di Internet tra gli adolescenti. Uno studio per l'elaborazione di linee guida per l'intervento”. I suoi interessi di ricerca riguardano l'analisi dei processi simbolici alla base dei modi in cui le persone interpretano l'esperienza e l'identità e affrontano i problemi del vivere, con un particolare interesse verso i comportamenti problematici e a rischio tra gli adolescenti.

**Chiara Vacirca**

Laureata in arti visive, Chiara Vacirca è curatrice e PhD Student in Human and Social Sciences presso l'Università del Salento. La sua ricerca si occupa di sociologia del territorio con particolare attenzione alla crisi sociale, economica, culturale e ambientale dovuta all'emergenza Xylella in Salento. Fa parte del collettivo di ricerca indipendente Epidemia che tratta di ecologia politica all'intersezione fra arte, scienze e movimenti sociali. È inoltre co-founder di TAB | Take Away Bibliographies, un collettivo editoriale e un progetto artistico interessato alla condivisione orizzontale di fonti e risorse bibliografiche come strumento pedagogico.

**Serena Verbena**

Serena Verbena è dottoranda in Human and Social Sciences presso l'Università del Salento. Ha conseguito la laurea in Metodologia dell'Intervento Psicologico presso la stessa Università con una tesi sulla resilienza di comunità. Il suo progetto di dottorato ruota attorno alla comprensione del ruolo della resilienza nei cambiamenti legati all'immigrazione nella prospettiva delle comunità di accoglienza e delle comunità migranti. Dal 2020 è membro della sezione Sociale dell'Associazione Italiana di Psicologia, e dal 2021 del gruppo E-Care della stessa sezione. Attualmente ricopre il ruolo di Assistant Editor per la rivista Community Psychology in Global Perspective.



LA COMUNICAZIONE: MEDIA, PROCESSI PRODUTTIVI E NARRAZIONI.

*Atti del Workshop 2020*

<http://siba-ese.unisalento.it/index.php/comunicazione>

© 2021 Università del Salento