

Sarah Siciliano
Università del Salento

Land.com. The art of becoming

*In ogni città ci sono cento città:
dipende dal punto di vista dal quale guardi*

(Italo Calvino, *Le città invisibili*, 1972)

Abstract

This paper aims to bring a new imprint to social research by looking at places as communicative spaces, as "active metaphors" capable of transforming everything within them (their inhabitants) and of being, in turn, continuously transformed by the presence of humans. I want to explore what happens (or what can happen) when we look at places in their uniqueness to bring about empowerment. A dynamic model is outlined, to enable us to get to know and redesign places. What happens if we exploit their full potential? What happens when we are able to build a shared project starting from the recognition of each other's strengths, and we are able to transform weaknesses into opportunities? Certainly, this may not be enough to transform places, but perhaps it can show us how to live better within them.

Keywords: *Communication; community; places; land; cultural heritage.*

1. Introduzione

Il titolo di questo contributo nasce dall'esigenza di dare una nuova impronta alla ricerca sociale, e guarda ai luoghi come spazi comunicativi, come «metafore attive» capaci di trasformare tutto ciò che li abita e di essere a loro volta trasformati continuamente con la presenza dell'uomo. La lingua

inglese spiega chiaramente questo concetto: *land* è il territorio inteso non semplicemente come spazio geografico, ma come luogo di condivisione in cui uomini, ambiente, oggetti, tradizioni e culture s'incontrano e scambiano la propria impronta, finendo per assomigliarsi¹.

Il dominio *.com* fa riferimento alla portata di questo studio: vuole rivolgersi a tutti, nessuno escluso, perché l'estensione *.com* è aperta a qualsiasi persona o entità. Rinvia ad un'accessibilità aperta a chiunque voglia prendervi parte sia passivamente, come mero ricettore, che come attore sociale criticamente attivo, che vuole dare il proprio contributo personale all'*empowerment* dei luoghi, andando oltre retoriche, utopie e promesse.

.com è anche un riferimento alla concezione comunitaria e comunicativa della ricerca sociale: ne rappresenta la radice etimologica, perché investe nella comunità e negli attori sociali che ne fanno parte, affinché possano contribuire con i loro saperi e sguardi alla sempre nuova costruzione della realtà.

A partire da queste premesse, il presente contributo vuole esplorare cosa succede (o cosa può succedere) quando guardiamo ai luoghi nella loro unicità per fare *empowerment*, e quindi ne tiriamo fuori le potenzialità, per essere in grado di costruire una progettualità condivisa a partire dal riconoscimento dei propri punti di forza, e per trasformare i punti di debolezza in opportunità. Di certo questo non basta a trasformare i luoghi, ma forse ci può mostrare come starci veramente dentro.

¹ Questo processo osmotico e infinito richiama sociologicamente il concetto di comunità come «organismo vivente» (Tönnies 2011 [1887]: 45), organismo che nasce a partire da valori condivisi. Qui la solidarietà è spontanea: l'armonia prevale sulla competizione e la cooperazione sul conflitto (cfr. Siciliano 2018: 15-21).

2. Empowerment dei luoghi: cos'è

Empowerment territoriale è la crescita del territorio che nasce dall'autoconsapevolezza delle proprie potenzialità, dall'auto-stima, dalla scoperta (o riscoperta) della propria unicità.

Ogni luogo, anche quello apparentemente più povero e privo di risorse, ha in sé potenzialità intrinseche, siano esse riconosciute e riconoscibili, o latenti e "invisibili agli occhi", come direbbe il piccolo principe di Saint Exupery. È proprio dall'essenziale invisibile agli occhi che parte l'*empowerment*, e può diventare uno stile di vita rivoluzionario capace di concretizzare obiettivi, senza farsi scoraggiare dalla paura dell'insuccesso. Così l'*empowerment* diventa una prassi operativa di ogni comunità (abitanti, enti, aziende, associazioni...) che condivide l'interesse di restituire ai luoghi il valore originario, portarlo alla luce, sistematizzarlo, tradurlo a sempre nuova vita².

Il concetto di *empowerment* richiama il senso di responsabilità e sollecita progettualità condivisa: la stessa etimologia della parola mobilita un processo, un movimento propositivo vocato ad acquisire potere, inteso come potenzialità. Il prefisso *em-* indica «mettere nella condizione di». Il sostantivo *power*, potere,

² La parola *empowerment* appare negli anni Sessanta del secolo scorso nell'ambito della psicologia di comunità, e diventa un importante riferimento teorico ed empirico utilizzato anche in altri ambiti disciplinari e professionali. Si rinvia in particolare a: Laverack, G. (2001), *An Identification and Interpretation of Organizational Aspects of Community Empowerment*, in: «Community Development Journal», 36 (2), 134-45; Maton, K.I., & Salem, D. (1995), *Organizational Characteristics of Empowering Community Settings: a Multiple Case Study Approach*, in: «American Journal of Community Psychology» 23, pp. 631-656; Zimmerman, M.A., *Empowerment Theory. Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*, in: Rappaport, J, Seidman, E., *Handbook of Community Psychology* (Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York 2000); Dallago, L., *Che cos'è l'empowerment* (Carocci, Roma 2000).

ha un'accezione positiva e costruttiva che sta per «essere in grado di». Infine, il suffisso *ment* definisce, nella lingua inglese, un processo e un risultato. Non esiste, in italiano, una parola che corrisponde all'inglese *empowerment*: per tradurre efficacemente questo concetto nella nostra lingua dobbiamo usare locuzioni verbali come *accrescere il potere, sviluppare le potenzialità, aumentare le possibilità di scelta*, oppure *rendere l'individuo o il gruppo in grado di agire* (Dallago 2012).

3. Il cerchio in evoluzione

Per analizzare sociologicamente l'*empowerment* territoriale, il Laboratorio di *Comunicazione ed Empowerment dei Luoghi* dell'Università del Salento (Lab.COM Unisalento) ha ideato lo strumento euristico del “cerchio in evoluzione”, un modello attraverso il quale analizziamo le interviste qualitative rivolte agli *stakeholders* attraverso tre variabili (metacategorie), che sono la mentalità degli abitanti, la dimensione statica e quella dinamica dei luoghi. Questo dispositivo non vuole fissare un insieme di assiomi e di regole, ma si offre come filosofia, come un modo di fare ricerca che favorisce la dinamicità di lettura dei dati. Ciò vuol dire che proviamo a leggere gestalticamente i fenomeni come apparenze: guardiamo a ciò che accade nel tempo e nei luoghi, consapevoli che le situazioni si possono modificare significativamente rispetto alla cultura di chi guarda e di chi governa i processi (Siciliano, Wilson 2016). Significa che tutto ciò che vediamo, sentiamo o tocchiamo ha un significato preciso e una storia dietro di sé. Questo significato non è intrinseco, ma è il risultato del giudizio che ne fa l'osservatore, e viene negoziato intersoggettivamente in un processo mai finito, perché non possiamo mai avere una conoscenza integrale e definitiva della realtà: mentre la

analizziamo, sta già cambiando. Per questa ragione, l'architettura cognitiva è pensata in divenire, come una sorta di *grounded theory*.

Tornando alle tre metacategorie rispetto alle quali leggiamo i dati delle interviste, mentalità è la struttura mentale, l'atteggiamento, il modo in cui affrontiamo le situazioni e sappiamo reagire ai fallimenti. Quando interroghiamo su uno stesso luogo abitanti e turisti, ciascuno di loro lo guarda con occhi diversi e vede cose diverse, fenomeni diversi, a cui attribuisce un diverso significato. Del resto, i fenomeni sono apparenze, in quanto ricostruzioni soggettive della realtà: come ci ricorda l'etimologia della parola (dal greco *phainomai* = mostrarsi, manifestarsi, apparire), fenomeno è ciò che si manifesta, ciò che appare all'osservatore rispetto al significato che sa dargli. Possiamo identificare due tipi di significato: semplice e complesso. Il significato semplice mostra una corrispondenza biunivoca: il semaforo verde indica che possiamo passare; la somma al quadrato dei due cateti di un triangolo rettangolo dà l'ipotenusa. Il significato complesso rimanda invece a molti significati, determinati dalla cultura di riferimento. Si trova nel simbolo che rappresenta, perché i simboli non denotano, ma connotano, suggeriscono, implicano per chi li legge. Mentre nel sistema semplice vige una razionalità analitica e lineare dove le stesse cose hanno lo stesso significato, al contrario, nel sistema complesso, le stesse cose hanno significati diversi. Per questo la crescita sostenibile del territorio può essere sollecitata da autostima e autoconsapevolezza delle proprie potenzialità, guardando ai luoghi come sistemi complessi attraverso gli occhi di tutti gli attori sociali che li vivono. Come osserva argutamente Giandomenico Amendola,

Le mappe sempre più precise e raffinate grazie ai satelliti e all'elaborazione dei Big Data non risolvono il problema, così come non bastavano secoli fa le vedute a volo di Uccello e, successivamente, le fotogrammetrie aeree. Persiste, dunque, invariato e costante nei secoli, il difficile rapporto tra la città vista come sistema e l'esperienza delle persone che la vivono (Amendola 2019: 8).

Tornando all'analisi delle interviste attraverso il sistema euristico del cerchio in evoluzione, la dimensione statica è la dimensione conservatrice, chiusa, ma è anche ciò che è fisso e non si può cambiare, come il clima o la geografia di un luogo.

La dimensione dinamica è ciò che innova e rivisita l'identità, apre i sistemi territoriali al mondo, ibrida e risignifica la realtà. È tipica di chi o di cosa è incline a cambiare.

Così, attraverso il sistema euristico del “cerchio in evoluzione” e le tre metacategorie che lo identificano, leggiamo le informazioni che emergono dalle interviste e le traduciamo in dati. Quando facciamo ruotare il cerchio e combiniamo in modo fuori dal comune i dati che visualizziamo, cambiano le opzioni possibili per i luoghi esplorati e le informazioni che emergono ci mostrano prospettive diverse. Questo approccio rappresenta un modo innovativo di analizzare le interviste per conoscere pienamente i luoghi esplorati a partire da punti di osservazione diversi, e comprendere dinamicamente i problemi.

Modificare le possibili interazioni fra le variabili aiuta a riprogettare i luoghi come ecosistema.

Mentalità e dimensione dinamica sono le *issue* che ci permettono meglio di ripensare i luoghi e riprogettarli al di là di ogni possibile retorica, perché, come dicevamo, ciascuno di noi attribuisce un significato e un valore diverso a ciò che guarda a

seconda delle premesse implicite cui fa culturalmente (e spesso inconsapevolmente) riferimento.

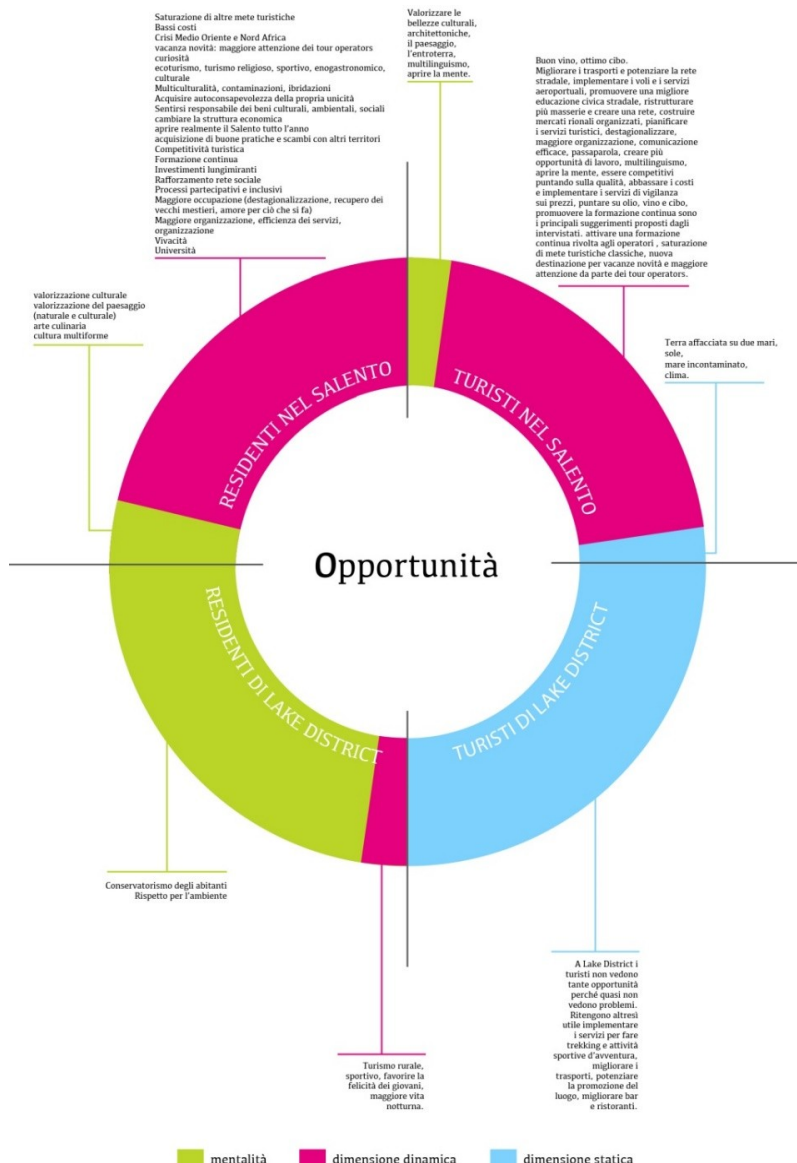


fig. 1 - lettura *issue* "opportunità" sulla base delle interviste somministrate da dicembre 2014 ad aprile 2015 ai turisti e residenti di Salento e Lake District.

Fonte: elaborazione Lab.COM Unisalento.

Attraverso il “cerchio in evoluzione” mappiamo la potenzialità dei luoghi esplorati, il ciò che può essere ma non è ancora, per contribuire in modo positivo alla riprogettazione, riuso e rigenerazione dei luoghi a partire dalla loro unicità, valorizzando le energie positive e trasformando in opportunità i punti di debolezza, orientandoci alle soluzioni, invece che ai problemi. I luoghi e chi li abita devono poter nutrire autostima in loro stessi, perché il senso di appartenenza ad un luogo non sempre è dato, ma si costruisce, si elabora, si nutre giorno per giorno.

Il modo di vivere che ci tramanda il passato ci sollecita a condividere, fare rete, squadra, proprio come avveniva per la viticoltura: alle origini questa pratica aveva un significato sociale a partire dal momento in cui bisognava scegliere il terreno migliore per piantare la vite. Coinvolgeva tutti, bambini compresi. La vendemmia era un momento sacro di celebrazione, una festa, un rituale che si ripeteva ogni anno e che faceva sentire quanti vi partecipavano parte di una comunità. Era una strategia, in un certo senso inconsapevole, per fare *empowerment*.

Per capire come funziona lo strumento euristico elaborato, prendiamo come esempio il Salento, estremo lembo del tacco d'Italia, e partiamo da una definizione comunemente condivisa e custodita anche nel nome di questo luogo: il Salento è lento. Analizziamo questa *issue* come se fosse un'opportunità, e non un punto di debolezza, come comunemente si crede. Se attribuiamo alla parola “lento” un'accezione negativa, pensando al Salento vediamo inefficienza, file lunghe, incapacità di gestione, difficoltà nei trasporti e per raggiungerlo... Se invece attribuiamo un'accezione positiva, guarderemo alla lentezza come possibilità di vivere pienamente ciò che si fa. La lentezza

in questo senso diventa un luogo tranquillo, dove si cerca e si può trovare pace e serenità perché chi ha fretta non ha il tempo di raggiungerlo e goderlo in pieno. La lentezza diventa così un cammino fruttuoso, l'accumulo di conoscenze che si fa durante il viaggio, e il raggiungimento della meta diventa uno stimolo per compiere bene il viaggio. Guardare allo stesso significato superando inutili dicotomie o polarità può essere una strategia utile per ri-progettare i luoghi a partire dall'esperienza di chi li vive, ci può aiutare a pensare "fuori dagli schemi", prendendo in considerazione dati imprevisi, affinando la capacità di far fronte alla complessità (Sennett 2018).

Lento o veloce che sia, tutto ciò che le persone fanno nei luoghi, sui luoghi, ai luoghi, li modifica, trasforma e riadatta, talvolta migliorandoli, altre volte degradandoli. Se noi pensiamo di guardare ai luoghi per stereotipi, e non sappiamo guardarli in profondità, agiamo, viviamo e progettiamo per luoghi comuni.

Scriva Calvino: «Crediamo di continuare a guardare la stessa città, e ne abbiamo davanti un'altra, ancora inedita, ancora da definire, per la quale valgono "istruzioni per l'uso" diverse e contraddittorie, eppure applicate, coscientemente o meno, da gruppi sociali di centinaia di migliaia di persone» (Calvino 2018: 343). Ciò vuol dire che ogni luogo è come lo vediamo a partire dal punto di vista dello stakeholder che lo guarda, dal modo in cui lo viviamo o esperiamo, dal nostro status sociale, dalla nostra cultura, dalle cornici cui facciamo consapevolmente o inconsapevolmente riferimento; così sarà più facile guardare ai problemi, piuttosto che riconoscerne le cause.

4. Per concludere... senza aver concluso

Le sfide che ci presenta l'eterna crisi in cui viviamo, aprono la strada al negazionismo: fa più presa guardare il problema,

piuttosto che conoscere e comprendere le cause per risolverlo. Il negazionismo semplifica lo scenario sotto varie forme: nega una serie di dati che nessuno di noi riesce a contestare nell'immediatezza della realtà. Se per esempio guardiamo al Sud come un luogo dove non c'è lavoro, ci stiamo focalizzando sul problema, e non sulla causa: conoscere la complessità del problema e affrontarlo sistemicamente richiede sforzi non semplificabili nell'informazione superficiale, ma necessita un approccio critico di conoscenza delle cause, prima che del problema, e una capacità culturale, politica e manageriale per risolverle. Il negazionismo fa presa sull'ignoranza: nel momento storico di emergenza in cui viviamo, il più grande equivoco in cui rischiamo d'incorrere è credere di gestire la crisi, i luoghi, la nostra vita senza sapere.

È arrivato il momento di lavorare duro e di smetterla con "l'unica crisi pericolosa, che è la tragedia di non voler lottare per superarla", ci ammonisce nel 1934 Albert Einstein, che continua: "senza crisi non c'è merito. È nella crisi che emerge il meglio di ognuno, perché senza crisi tutti i venti sono solo lievi brezze. Parlare di crisi significa incrementarla, e tacere nella crisi è esaltare il conformismo" (Einstein 2012: 64).

Ciascuno di noi può essere il *medium* che traduce i luoghi in una direzione diversa rispetto a quella ordinaria, perché *medium* non è più solo il dispositivo, non si limita solo all'ambito tecnologico – sensoriale, ma è anche il gesto che ne consente l'uso.

Naturalmente, queste riflessioni e lo strumento euristico del "cerchio in evoluzione" non bastano, da sole, a fare in modo che le cose accadano veramente e non restino intrappolate nel racconto di un'idea. Ci aiutano però a comprendere come vivere rispetto alle scelte che facciamo.

Chiudo con le parole usate nel 1977 da Italo Calvino, e oggi più che mai attuali: «è con occhi nuovi che oggi ci si pone a guardare la città, e ci si trova davanti agli occhi una città diversa, dove composizione sociale, densità d'abitanti per metro quadrato costruito, dialetti, morale pubblica e familiare, divertimenti, stratificazioni del mercato, modi d'ingegnarsi a sopperire alle deficienze dei servizi, di morire o sopravvivere negli ospedali, di imparare nelle scuole o per la strada, sono elementi che si compongono in una mappa intricata e fluida, difficile a ricondurre all'essenzialità di uno schema. Ma è di qui che bisogna partire per capire – primo – come la città è fatta, e – secondo – come la si può rifare» (Calvino 2018: 345). E vivere, aggiungiamo noi.

Bibliografia

1. AMENDOLA Giandomenico, *Sguardi sulla città moderna* (edizioni Dedalo, Bari 2019).
2. CALVINO Italo, *Le città invisibili* (Mondadori, Milano 1972).
3. CALVINO Italo, *Gli dei della città*, in *Una pietra sopra. Discorsi di letteratura e società* (edizioni Mondadori, Milano 2018, intervento in un'inchiesta riportata in: *Nuovasocietà* n. 67, 15 novembre 1975, poi pubblicata in: *Com'è bella la città*, Stampatori, Torino 1977), pp. 342-346.
4. DALLAGO Lorenza, *Che cos'è l'empowerment* (Carocci, Roma 2012).
5. EINSTEIN Albert, *Il mondo come io lo vedo* (Newton Compton, Roma 2012, ed. orig. 1934).
6. GOBO Giampietro, *Descrivere il mondo. Teoria e pratica del metodo etnografico in sociologia* (Carocci, Roma 2001).

7. LAVERACK Glenn, *An Identification and Interpretation of Organizational Aspects of Community Empowerment*, in: «Community Development Journal», 36(2), 2001, 134-45.
8. MATON Kenneth I., SALEM Deborah A., *Organizational Characteristics of Empowering Community Settings: a Multiple Case Study Approach*, in: «American Journal of Community Psychology» 23 1995, pp. 631–656.
9. Mc LUHAN Marshall, *Gli strumenti del comunicare* (Il Saggiatore, Milano 2015, ed. orig. 1964).
10. RAPPAPORT Julian, SEIDMAN Edward, *In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention*, in: «American Journal of Community, Psychology», 9, 1981, 1–25. doi:10.1007/BF00919275.
11. SENNETT Richard, *Costruire e abitare. Etica per la città* (Feltrinelli, Milano 2018 ed. orig. 2018).
12. SICILIANO Sarah, WILSON Nigel, *D.O.M.U.S. M.E.A. Comunicazione ed empowerment dei luoghi* (Mimesis, Milano 2016).
13. SICILIANO Sarah, *Ri-mediare i luoghi. Comunità e cambiamento sociale* (Franco Angeli, Milano 2018).
14. TÖNNIES Ferdinand, *Comunità e società* (Laterza, Roma – Bari 2011, ed. orig. 1887).
15. ZIMMERMAN Marc A., *Empowerment Theory. Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*, in: Rappaport, J, Seidman, E., *Handbook of Community Psychology* (Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York 2000).