

Collana
Formazione Quadri Terzo Settore

Lo sviluppo sociale delle comunità
**Come il terzo settore può rendere protagoniste,
partecipative e coese le comunità territoriali**

di Luciano Squillaci e Andrea Volterani

© 2021 Fausto Lupetti Editore

Via del Pratello 31 – 40122 Bologna - Italy

Tel. +39 051 587 07 86

Redazione di Milano

Viale Abruzzi 84 – 20131 Milano - Italy

Tel. +39 02 365 362 38

www.faustolupettieditore.it

Distribuzione Messagerie Libri

EAN 9788868.....

Anvur – editore registrato

(Agenzia Nazionale di Valutazione
del sistema Universitario e della Ricerca)

Lo sviluppo sociale delle comunità

**Come il terzo settore può rendere protagoniste,
partecipative e coese le comunità territoriali**

di Luciano Squillaci e Andrea Volterrani

... societies are not governed by power alone and are not fueled only by the pursuit of self-interest. Feelings for others matter, and they are structured by the boundaries of solidarity. How solidarity is structured, how far it extends, what it's composed of—these are critical issues for every social order, and especially for orders that aim at the good life. Solidarity is possible because people are oriented not only to the here and now but to the ideal, to the transcendent, to what they hope will be the everlasting.

Alexander, Jeffrey C. (2006), *The Civil Sphere*

We all - adults and children - have an obligation to day-dream. We have an obligation to imagine. It is easy to pretend that nobody can change anything, that we are in a world in which society is huge and the individual is nothing: an atom in a wall, a grain of rice in a rice field. But the truth is individuals can change the world over and over. Individuals make the future, and they do it by imagining that things can be different... Political movements, personal movements, all begin with people imagining another way of existing.

Neil Gaiman (2013), *The Ocean at the End of the Lane*

1. Perché lo sviluppo di comunità? Tra comunità tradizionali, nuove comunità e sviluppo sociale

Il cambiamento sociale nelle società contemporanee negli ultimi trenta anni è stato profondo (Bauman, 2000a, Giddens, 1994) accelerato (Rosa 2013), accompagnato da crescenti rischi (Beck 1998), profondamente mediatizzato (Couldry, Hepp 2017; Hepp, 2020), con una forte spinta alla individualizzazione ma anche con la permanente presenza della solidarietà e della mutualità (Alexander, 2006).

Chi si fosse addormentato all'inizio degli anni Novanta del secolo scorso e si svegliasse adesso, troverebbe un contesto sociale ed economico molto diverso per alcuni aspetti, ma ancora molto simile in altri. Una forte continuità dei processi di individualizzazione che, partendo da una forte trasformazione del mondo del lavoro affiancata dalla rivoluzione digitale (Couldry, Hepp 2017: 34-52), ha accentuato la solitudine (Bauman, 2000b), la flessibilità estrema (Sennet, 1999) e l'idea che è solo attraverso l'affermazione e la trasformazione continua della propria identità, la persona avrebbe potuto raggiungere i propri fini e la realizzazione. Una realtà globale sempre più interconnessa sia economicamente sia nella condivisione delle crisi, da quelle naturali territoriali a quelle naturali biologiche, da quelle derivanti dal terrorismo e dalla guerra a

quelle derivanti dalle produzioni industriali non sostenibili ecologicamente (Diamond, 2019). Una permanenza delle diseguaglianze fra paesi ancora più radicalizzate e una frammentazione e moltiplicazione dei conflitti e delle guerre regionali locali, hanno contribuito a crescenti e continue ondate migratorie verso i paesi più ricchi del globo terrestre (Ambrosini, 2005).

Ma accanto a questi processi, seppur in modo isolato e talvolta non semplice da percepire e analizzare, sono cresciute esperienze di reazione delle comunità e delle società² nella direzione della costruzione e della ricostruzione di nuove collettività sia come organizzazioni stabili sia come movimenti sociali, nuovi percorsi solidaristici anche se talvolta temporanei, nuove idee che recuperano, rafforzano e sviluppano i legami sociali tra le persone. Queste reazioni sono state immaginate, promosse e realizzate da gruppi di persone più o meno organizzate convinte che la relazionalità diffusa e la crescita del capitale sociale fossero determinanti per aumentare il benessere complessivo delle persone.

Nell'approccio che proponiamo è necessario, però, capire meglio quali cambiamenti nelle comunità e nei territori sono avvenuti e come è possibile immaginare un modo diverso di attivare percorsi di sviluppo.

1.1 Le comunità che cambiano e si moltiplicano

Per avviare un ragionamento sulle comunità oggi, partiamo da una riflessione di Michele Sorice (2019: 121-126) sulle comunità urbane che evidenzia come, negli ultimi

² Nello stesso modo con il quale le comunità e le società hanno reagito ai processi di industrializzazione e di diffusione del mercato (Polanyi, 1974).

dieci anni, stiamo uscendo da una idea di comunità come struttura stabile, continuativa nel tempo e con relazioni interne ben definite. Tenendo conto della tradizionale dicotomia proposta da Tonnies (2014) fra comunità e società, un esempio di comunità “tradizionale” è quella ancora rintracciabile nel sistema e nella cultura delle contrade del Palio di Siena. Per chi non è “nato sulle lastre”, come dicono i senesi, ovverosia all’interno della città murata dove le strade sono perlopiù lastricate³, la tradizione del Palio è qualcosa di estraneo, una semplice e veloce corsa di cavalli di scarsa durata e assolutamente incomprensibile rispetto a chi vince o perde. Invece per i senesi, intorno alla corsa si rievoca e rinsalda il legame profondo nella realtà e nell’immaginario collettivo di quella città: il palio non è solo una festa o solo una rievocazione storica, per i senesi rappresenta un processo che accompagna le varie fasi della vita e che va a formare la comunità.

Parliamo di una comunità profonda, caratterizzata da alcuni aspetti che sembrerebbero folcloristici agli occhi di estranei, come il fazzoletto della contrada intorno al collo dei neonati, i due tipi di battesimi (se lo si vuole quello cristiano al quale si aggiunge quello di entrata nella contrada di appartenenza). Se non sei nato a Siena, non sei contradaio, anche se vivi a pochi chilometri di distanza. Quindi nasce un noi e un loro ben distinto. Se vuoi entrare in quella cultura da adulto e non senese il processo è difficile, lungo e molto raro.

Quindi un’idea di comunità che fa riferimento a relazioni forti sia a livello sociale che a livello simbolico con un immaginario fortemente condiviso e stratificato stori-

³ Chi nasce oggi all’ospedale situato fuori dalle mura, viene comunque considerato territorio della contrada di appartenenza dei genitori.

camente. È un tipo di comunità che si riconosce internamente dando per scontate molte cose che, chi non ne fa parte, non può comprendere. Si condividono modi di percepire e di sentire che portano a differenziare tra un “noi” e un “loro”, con gradualità più o meno forti di appartenenza che, nel passato, erano anche legate a un contesto territoriale ben definito, con confini reali ben precisi, delimitati da mura o da qualcosa che non poteva essere oltrepassato se non pagando.⁴ Alcuni aspetti sono talmente radicati che fanno sì che quella tipologia di comunità “cristallizzi” le posizioni delle persone che ne fanno parte, sin dal momento in cui nascono. La comunità tradizionale è quella che si difende, si chiude, che tiene lontani o espelle la diversità culturale, e anche gli stranieri. Questo non significa che nel contesto senese non ci sia accoglienza per le diversità, ma che su alcuni aspetti che riguardano le contrade, la comunità si forma in modo estremamente preciso e inevitabilmente escludente.

Un ulteriore esempio, anche se non così profondo come quello delle contrade senesi, è rintracciabile in tempi di coronavirus. Si ripropone e si diffonde l’idea di comunità tradizionale mettendo alla “gogna” la figura dell’untore e del contagiato, la paura di coloro che sono mobili e che passando da una comunità all’altra possono diventare pericolo per l’incolumità rispetto al contagio. Ad esempio, sono nati contrasti tra comuni limitrofi per la differente percentuale di contagiati che sembra far riemergere antiche e medievali contrapposizioni.

4 Per fare un esempio divertente ma che ci fornisce l’idea, possiamo vedere la scena del film “Non ci resta che piangere” dove gli attori Benigni e Troisi (nella finzione sono “semplici” lavoratori della scuola) che catapultati nel Medioevo, a ogni passaggio di confine pagano un fiorino (<https://www.youtube.com/watch?v=te7XM8RCfxQ>).

Prima del Covid-19, molti di questi comportamenti e sentimenti collettivi non sembravano avere più cittadinanza, almeno nelle società contemporanee del mondo occidentale.

Le differenze tra comunità tradizionali e società moderne negli studi sociologici è, quindi, riassumibile nelle dicotomie stabilità/incertezza, continuità temporale/discontinuità temporale, relazioni interne stabili/relazioni multiple. Se rimaniamo all'interno di questa distinzione, però, perdiamo di vista le trasformazioni che sono avvenute negli ultimi tre decenni che hanno moltiplicato le tipologie di comunità possibili, gli spazi e i luoghi dove fare comunità (reali, digitali, reali e digitali insieme), la densità e la qualità delle relazioni, la temporalità differenziata. Sorice, riferendosi alle comunità urbane, sottolinea che

Si sono (...) aperti nuovi filoni di studio che si sono focalizzati su un'idea di comunità come struttura fondamentale liquida, con relazioni non necessariamente durevoli nel tempo, in cui l'aspetto più importante è la relazione con il territorio. In altri termini, la dimensione spaziale è divenuta prevalente su quella temporale. Questo cambio di prospettiva ha consentito di considerare le comunità territoriali a partire dalle pratiche sociali e, in particolare, dalle pratiche urbane in spazi di condivisione. A questo livello è diventato possibile studiare "corpi sociali" ibridi, in cui tuttavia la dimensione partecipativa costituisce uno degli elementi qualificanti della relazione sociale (2019:121)

La molteplicità di esperienze comunitarie con queste caratteristiche sembrano aver ripreso anche caratteri delle mutualità operaie di fine Ottocento, ma con un legame con il territorio piuttosto che con i legami nati all'interno del contesto lavorativo (Volterrani, 2016). Ancora Sorice, ci aiuta ad approfondire alcune di queste esperienze quali

.... a) Le associazioni di strada: comunità territoriali nate in funzione di difesa di uno spazio limitato o, al più, con finalità legate alla rigenerazione urbana; b) i gruppi di riappropriazione tecnologica: comunità di condivisione dell'accesso a Internet attraverso connessioni wi-fi aperte; c) le esperienze "ribellarsi facendo": realtà di movimento, con una forte connotazione territoriale, la cui attività si concentra sulla creazione di una sensibilità politica anche attraverso la trasmissione di saperi (dalla panificazione domestica alla realizzazione di orti condivisi, dalla formazione sui cibi etnici all'informazione sui diritti dei cittadini; d) i gruppi di solidarietà orizzontale: dai gruppi di acquisto solidale (spesso legati a un territorio ma non necessariamente limitato) a quelli impegnati nelle lotte in difesa della casa o, più genericamente, nei progetti di co-housing; e) le comunità urbane in senso stretto: spesso attivate da una o più motivazioni fra quelle precedentemente citate ma poi capaci di organizzarsi in maniera stabile come spazio di confronto e impegno politico sul territorio....

Andorlini, Basile e Marmo (2019: 9-16), riferendosi a esperienze di innovazione sociale, parlano di luoghi ad alta intensità relazionale che

... si dimostrano continuamente alla ricerca di integrare il loro mandato specifico (che sia economico, culturale, sociale, etc...) con la presenza, negli stessi contesti, di infrastrutture (azioni, soggetti, processi, avvenimenti) capaci di generare legami sociali, relazioni produttive e sistemi di collaborazione.... Concretamente si tratta di coworking, spazi di promozione culturale, makerspace, radio web, incubatori di idee, start-up culturali, spazi di mediazione sociale, spazi di aggregazione giovanile di nuova generazione... La continua dinamicità di questi luoghi è garantita dalla possibilità dei protagonisti di rendere centrale il ruolo degli attori sociali e dei destinatari degli interventi. Nei luoghi ad alta densità relazionale è quasi sempre attivo un processo di co-progettazione e di co-produzione e il livello di separazio-

ne tra fruitori e produttori risulta molto labile. Tanto è vero che se si allenta l'interazione fra frequentatori o fra luogo e comunità, si indebolisce profondamente l'efficacia del modello che li fa esistere.

Una riflessione interessante, sulla quale torneremo anche successivamente, è quella sul valore catturato (Andorlini, Basile e Marmo 2019: 11)

... che si produce nell'incontro tra le persone, è caratterizzato da un alto tasso di casualità e un basso livello di intenzionalità e pertanto si concretizza esclusivamente laddove luoghi ed esperienze sono in grado di accoglierlo, valorizzarlo e dargli spazio. Il valore catturato, nella nostra visione, è quello che produce la differenza tra i territori e, se da un lato si crea proprio grazie alla densità relazionale, dall'altro è una delle dimensioni che alimenta e rafforza quest'ultima. Valore catturato e densità relazionale producono un loop positivo che rende i territori più generativi in termini di prospettive e di possibilità future.

Questo concetto secondo gli autori è strettamente correlato all'interno delle comunità al capitale *bridging* (Woolcock 2001; Putnam, 2000) che, appunto, costruisce legami ponte fra le persone. Approfondiremo nel prossimo paragrafo sia la tipologia dei legami sociali sia le pratiche sociali e mediali che si sviluppano all'interno delle comunità territoriali.

1.2 La questione delle pratiche sociali e delle pratiche mediali

Partendo dalle recenti riflessioni di Stephansen e Trerè (2020: 3-22), il concetto di pratica sociale è stato concepito per cercare di superare il

dualismo fra struttura e agency, determinismo e volontarietà (Shove et al.: 2012,3),

e sfida i modi prevalenti di pensare la soggettività e la socialità

spostando l'attenzione della ricerca dallo studio degli individui, delle loro motivazioni e delle loro caratteristiche di fondo, verso un'indagine più approfondita del contesto o delle attività, delle pratiche sociali in cui si impegnano (Spaargaren et al 2016:4).

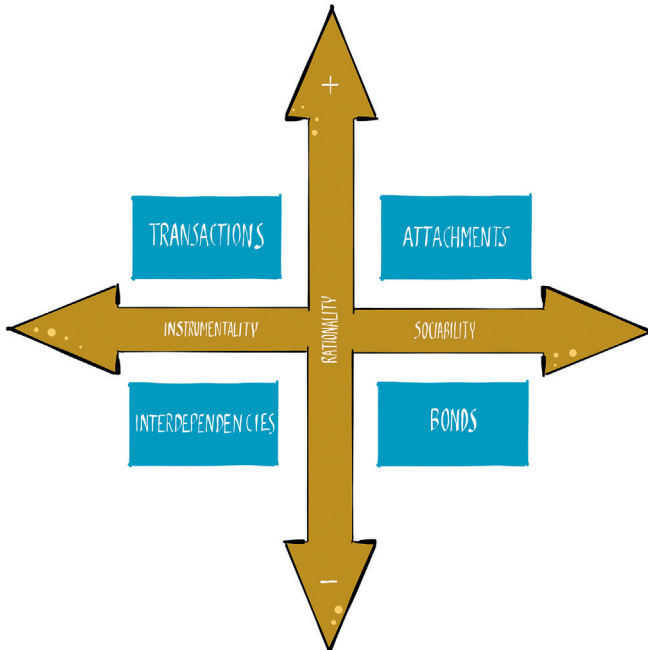
La teoria della pratica comprende una varietà di approcci. La teoria dell'*habitus* di Bourdieu (1977,1990) e la teoria della strutturazione di Giddens (1984), che in modi diversi hanno cercato di conciliare il dualismo struttura/agenzia nella teoria sociale, sono comunemente considerate come teorie della pratica di “prima generazione”. La svolta del XXI secolo ha visto l'emergere di una “seconda generazione” di teorici delle pratiche, che hanno cercato di sistematizzare ed estendere la teoria della pratica perfezionando le definizioni ed elaborando il rapporto tra pratiche, ordine sociale e cambiamento sociale (Schatzki, 1996; Schatzki et al 2001; Reckwitz, 2002; Spaargaren et al 2016).

Anche se non esiste un'unica definizione di pratiche universalmente concordata, la maggior parte dei teorici della pratica concordano sul fatto che esse comprendono una combinazione di attività, di oggetti materiali e culturali condivisi.

In una definizione più elaborata, Reckwitz descrive una pratica come

un tipo di comportamento routinizzato che consiste di diversi elementi, interconnessi tra loro: forme di attività corporee, forme di attività mentali, le cose e il loro uso, una conoscenza

Figura 1. Tipologia dei legami sociali
(Blokland 2017: 73)



za di base sotto forma di know-how di comprensione, stati di emozione e conoscenza motivazionale (2002, 249).

In modo simile, Shove et al (2012) sviluppano una comprensione delle pratiche che si compone di tre elementi principali: materiali (oggetti, tecnologie, entità fisiche tangibili), competenze (abilità, know-how, tecnica) e significati (significati simbolici, idee, aspirazioni). Una pratica, quindi, è concepita come un blocco la cui esistenza dipende necessariamente dall'esistenza e dall'interconnessione specifica di questi elementi (Reckwitz, 2002: 249-250).

Prendendo le pratiche sociali come punto di partenza, essa permette di porre domande aperte su ciò che le per-

sone fanno in relazione ai media e su come queste pratiche legate ai media si combinano e si intersecano con altre pratiche sociali - facilitando così un'analisi dei processi sociali più ampi di cui le pratiche dei media fanno parte (Couldry, 2004, 2012).

Nel nostro ragionamento, le pratiche sociali e quelle mediali sono profondamente intrecciate e costituiscono il “nucleo” dei legami sociali che possono essere rintracciati all'interno delle comunità territoriali. Provando a seguire il ragionamento di Michele Sorice (2019: 124), che riprende Blokland (2017) sulle comunità territoriali come pratiche urbane di partecipazione in termini di modalità delle pratiche sociali e orientamento all'azione, individuiamo una tipologia di legami sociali basata su quattro variabili: a) transazioni; b) attaccamento; c) interdipendenze; d) vincoli (figura 1).

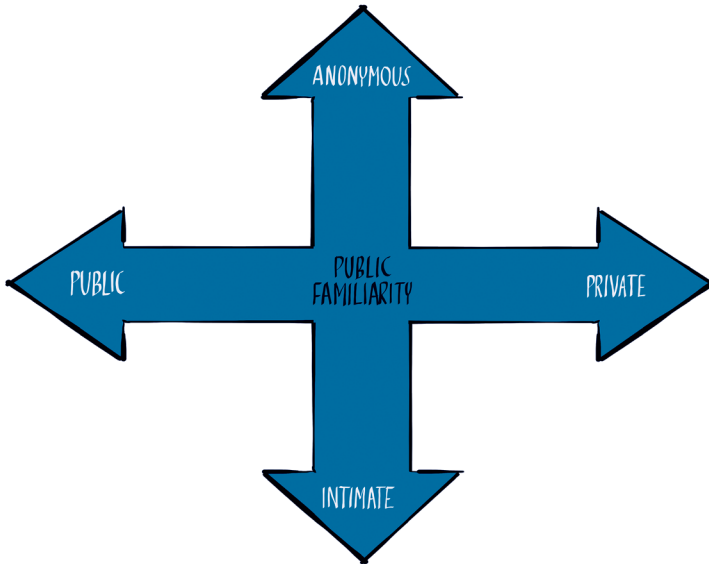
Le transazioni sono relazioni sociali che hanno un orientamento razionale di tipo strumentale, sono cioè finalizzate al raggiungimento di un obiettivo, spesso di natura comunitaria ma che non esclude logiche di self-interest, per quanto coerenti con il bene comune e l'interesse collettivo. Gli attaccamenti si basano sul valore della dimensione razionale e sono connessi alla dimensione della performance. I vincoli sono relazioni sociali con qualche forma di orientamento affettivo mentre le interdipendenze riguardano tutti quei legami che si definiscono in funzione dell'azione partecipativa (Sorice 2019: 124).

Talja Blokland (2017: 81-82) ci aiuta ulteriormente a chiarire alcuni aspetti rispetto a questi quattro tipi di legami sociali che ci saranno utili per poter sviluppare il nostro approccio allo sviluppo di comunità.

Tutti questi quattro tipi ideali di relazioni - attaccamenti, vincoli, interdipendenze e transazioni - costruiscono la co-

munità come cultura? In teoria, credo di sì. In primo luogo, abbiamo imparato che i legami possono costituire delle comunità. Non sempre lo fanno. Le reti disperse e segregate sono costituite solo da diadi o da un certo numero di cluster più piccoli (Hannerz 1980: 250 ss.). Possono darci un senso di identità personale, ma non producono una comunità al di sopra del livello interpersonale di poche persone. Le reti segregate consistono in vari legami con individui che sono pensate ed agite per soddisfare vari bisogni o desideri: uno per lo squash, un altro per uscire a bere una birra; un club mensile per coloro che condividono la passione per la cucina; una fidanzata con cui si può andare al cinema; un gruppo di Facebook per il sostegno ai rifugiati. Queste reti possono aiutare le persone a un livello psicologico più elevato a posizionarsi socialmente e a garantire molteplici identità sociali; ma, sociologicamente parlando, è difficile vedere il valore aggiunto nel trattare queste reti segregate come comunità a sé stanti. Le persone possono entrare e uscire da varie comunità immaginarie in diversi momenti della loro vita, ...

Figura 2. Contesti relazioni di appartenenza



In genere, tali reti possono essere associate a persone che hanno percorsi e processi di vita, non radici. L'ego all'interno della rete può sentirsi individualmente incorporato in una comunità, ma, quando non ci sono connessioni tra le relazioni delle persone all'interno della rete, non emergerà alcuna comunanza, performance collettiva o esperienza condivisa di qualsiasi tipo. Le narrazioni non vengono prodotte insieme, le performance non diventano un'azione pubblica e le storie condivise non possono essere costruite: se i simboli condivisi sono i mattoni delle comunità, queste reti fanno poco per produrli. In breve, una rete personale è una rete personale. Una comunità è qualcos'altro.

La distinzione fra reti personali (*personal network*) anche ad alta densità relazionale e comunità è particolarmente rilevante per il nostro ragionamento. Se, come vedremo, le comunità odierne sono molto più complesse e poliedriche, non sono, comunque, qualcosa che privilegia un approccio individualistico, ma, viceversa, una crescita collettiva seppur limitata nel tempo, nello spazio e nell'azione sociale.

A tale proposito è interessante un altro aspetto che la Blokland evidenzia nel suo lavoro, i contesti relazionali di appartenenza (*relational settings of belonging*) che, distribuendosi lungo due assi (pubblico e privato) (figura 2), sono

... contesti di appartenenza, non di comunità, perché possiamo sentire di appartenere a un luogo anche se non c'è una comunità o non ne siamo consapevoli, o possiamo sentirci a casa nostra, ma i membri della comunità non ci includono. Le impostazioni relazionali di appartenenza differiscono lungo gli assi di accesso e di privacy. La pratica dell'appartenenza non presuppone una comunità, né vi contribuisce necessariamente. Il fatto che le pratiche di appartenenza contribuiscano o meno dipende dal contesto relazionale (2017: 87).

Il continuum della privacy è utile per il nostro approccio allo sviluppo di comunità perché analizza la capacità di “controllo” sull’identità personale in relazione agli altri. Con le parole della Blokland (2017: 92-93)

Mantenere la privacy significa mantenere il controllo sulle cose della nostra vita, soprattutto nei confronti di altre persone significative. Non significa tenerla lontana dal “pubblico”. In sostanza, la privacy è una questione di autodeterminazione su quando, come e cosa estendere le informazioni sulle nostre esperienze personali, i nostri modi di essere o le nostre biografie. La privacy è quindi un concetto interattivo o relazionale: è sempre tra un individuo o un gruppo e un altro individuo o gruppo. Il continuum della privacy si estende dal polo dell’intimità, dove abbiamo pochissimo controllo su queste informazioni - come avviene nelle relazioni di lunga data o tra genitori e figli piccoli - al polo dell’anonimato, dove questo controllo è al massimo per quanto riguarda le questioni personali. Ciò che non possiamo controllare, naturalmente, sono le categorizzazioni degli altri e l’applicazione del sessismo, dell’omofobia, del razzismo e di altri stereotipi alle identità categoriali che gli altri ci attribuiscono. L’intimità implica quindi forme intensive di conoscenza degli altri, che ci permettono di differenziare a grana fine chi identifichiamo come “noi” e con cui possiamo fare comunità.

Quindi si consolida una esperienza individuale che, partendo dalle esperienze biografiche sociali di ciascuno di noi che si incontrano con altre biografie sociali⁵, sviluppa forme comunitarie inedite basate su narrazioni di appartenenza e pratiche sociali condivise.

L’altro continuum si riferisce all’accesso agli spazi pubblici che sono

⁵ Per un approfondimento sulle biografie sociali vedi Alfano, Volterrani (2020).

uno spazio dove, in teoria, l'accesso è illimitato e aperto a tutti e noi siamo liberi di andare e venire come vogliamo. Lo spazio pubblico è un campo importante per gli incontri quotidiani in un contesto di iperdiversità (Blokland, 2017: 109).

All'incrocio tra spazi privati e spazi pubblici, il concetto di familiarità pubblica ci aiuta a comprendere un ulteriore passaggio per il nostro percorso. Ancora la Blokland (2017: 119- 120) ci viene in aiuto chiarendo il significato

La familiarità pubblica caratterizza un tessuto sociale della città dove, grazie a ripetuti incontri fluidi e impegni duraturi, gli individui sono in grado di collocare socialmente gli altri, di riconoscerli, e persino di aspettarsi di vederli: il senzatetto che dorme sotto il ponte, che si passa ogni giorno, potrebbe un giorno non esserci più, e ci si potrebbe trovare a chiedersi dove sia andato. Quando l'edicola chiude, possiamo anche sentirci un po' disturbati, perché l'interazione casuale con il commesso ci ha fatto sentire integrati; queste esperienze ci fanno sentire a casa. Ma non influiscono solo sul nostro benessere personale. Anche gli incontri fluidi ripetuti e gli impegni durevoli creano un ambiente in cui i simboli possono essere prodotti e compresi. I graffiti, ad esempio, sono una comunicazione di simboli che ha un significato solo per coloro che hanno una certa conoscenza della sottocultura o qualche conoscenza locale indotta dalla familiarità del pubblico. Quando le strade si svuotano in una favela di San Paolo non appena passa un'auto della polizia, questo è dovuto alla conoscenza di ciò che potrebbe accadere dopo; e richiede una familiarità pubblica per condividerla. È una conoscenza, ma non può essere appresa se non attraverso l'esperienza. Si basa su narrazioni di luoghi che non sono (inizialmente) scritte. La familiarità pubblica caratterizza un ambiente relazionale in cui capiamo cosa sta succedendo ma non dobbiamo trovarlo giusto, giustificabile, piacevole o comunque positivo; né ci dice come comportarci. Anche se non necessariamente piacevole dal punto di vista

psicologico, la familiarità pubblica rende chiaro il sociale, e può farci sentire sicuri per questo motivo... può indurre un senso di comunità...

La familiarità pubblica è molto rilevante anche in territori ad alta intensità e presenza di criminalità, organizzata e non, perché consente di sentirsi comunità anche dove non è né piacevole né accogliente, perché abbiamo compreso i codici culturali e le pratiche sociali che ci consentono la sopravvivenza e la costruzione di comunità, nonostante il pericolo. Inoltre, è proprio “l’essere pubblico aperto” degli spazi comunitari che consente, nonostante il pericolo, di costruire comunità. Sempre la Blokland

Le frequenti interazioni con gli stessi individui aumentano quindi la familiarità del pubblico e quindi il senso di appartenenza, anche se le frequenti interazioni possono anche insegnarci un po' di cose sulle persone con cui non ci identifichiamo socialmente, in modo da poterle evitare e ignorare di sfuggita. Anche i quartieri ad alta criminalità possono evocare esperienze di appartenenza, di casa e di comunità. Non intervenire può essere una decisione saggia, presa sulla base della familiarità e delle conoscenze locali. Alcune forme di comunità possono stimolare l'intervento. Altre impostazioni possono semplicemente fornire le informazioni specifiche di cui si ha bisogno se si vuole sapere di chi fidarsi, ma anche di chi diffidare. Le storie, le narrazioni che si producono insieme nelle comunità, possono funzionare come un modo per creare una consapevolezza collettiva sulla necessità di essere “attenti” e di “farsi gli affari propri”.... La comunità non deve essere per forza gentile. Possiamo sentirci inclusi in una comunità e avere un certo grado di appartenenza ad essa, almeno attraverso le nostre pratiche, anche se discorsivamente possiamo essere veloci a negare qualsiasi forma di identificazione sociale, perché non vogliamo essere associati ai suoi stereotipi. Possiamo aderire alla normalità della situazione e ai codici che essa

implica, anche se di norma non li riteniamo normali. Niente di tutto ciò significa che la comunità sia piacevole. Più un ambiente è pubblico, maggiore è la possibilità che non si abbia tale senso o che si abbia bisogno di molte più competenze ed esperienze per sviluppare tale senso. Essere 'nel sapere' è, al confronto, molto più facile dove sono le nostre radici. Tuttavia, più un ambiente è pubblico, più il nostro accesso ad esso è aperto e meno gli altri possono escluderci. Una qualifica necessaria è che in un ambiente pubblico sono possibili anche forme violente di esclusione, soprattutto nei casi di omofobia, sessismo e razzismo. Eppure il nostro accesso a tali ambienti pubblici è ancora più aperto rispetto a quello a luoghi relativamente privati... la familiarità pubblica che avviene attraverso ripetuti incontri fluidi può anche aiutarci a sviluppare un senso di inclusione o di esclusione dalla comunità: tali relazioni con gli estranei evocano la comunità come cultura... la familiarità pubblica facilita l'esperienza di comunità in un contesto relazionale che si differenzia sia dalle esperienze pubbliche stesse in cui si costruiscono narrazioni di appartenenza, sia dalle pratiche in cui si costruiscono legami deboli e forti coperti da reti personali (2017: 121-122).

La tipologia dei legami sociali, i contesti relazionali di appartenenza, la familiarità pubblica sono tutti strumenti che inseriamo nella nostra cassetta degli attrezzi del nuovo approccio allo sviluppo di comunità ai quali dobbiamo aggiungere alcuni aspetti simbolici, culturali e mediali che ci consentono di avere un quadro più ampio dell'articolazione e della complessità del fare comunità oggi.

1.3 Comunità immaginate, aspirazioni e civic imagination

Il primo concetto che ci pare utile al nostro ragionamento, seppur elaborato nel contesto della nascita dei na-

zionalismi grazie allo sviluppo della stampa quotidiana, è quello di “comunità immaginata” di Anderson (1983). L'appartenenza a una comunità è immaginata perché spesso non siamo nelle condizioni di poter vivere quotidianamente con tutti coloro che abitano un territorio, reale o digitale che sia, per scambiare idee, opinioni, valori, ma, molto più facilmente “sentiamo” di appartenere a una comunità proprio perché condividiamo idee, opinioni, valori, simboli con altri che forse non avremo mai occasione di incontrare. È questo il caso delle nazioni e anche dei nazionalismi analizzati da Anderson, ma, anche, di tutte quelle situazioni dove non esiste un riferimento empirico nella realtà che ci circonda. L'essere calabresi piuttosto che toscani, così da fare riferimento alle “appartenenze immaginate” dei due autori del presente testo, si definisce attraverso un mix molto variegato: alimentazione e tradizione gastronomica, presunto “carattere” degli uni e degli altri, linguaggio, differente clima, tradizioni più o meno inventate (Hobsbawn, Ranger 2002), le radici culturali in popoli antichi dei quali sono rimaste (addirittura!!) tracce nel Dna. Potremmo continuare a giocare con l'individuazione di altri elementi, spesso stereotipati, ma per questo non meno reali, di caratteristiche distintive dei due “popoli” italici. Quello che è importante per il nostro ragionamento è che molte persone si immaginano di appartenere a qualcosa, anche se individualmente adottano stili di vita diversi e hanno un immaginario culturale molto più complesso e articolato. Ogni tipologia di comunità territoriale ha costruito e stratificato nel tempo una forma immaginata che risiede stabilmente nell'immaginario collettivo delle persone che la abitano e, parzialmente, anche in coloro che hanno relazioni con essa. Questa forma immaginata è qualcosa che può subire dei

cambiamenti repentini solo in occasioni che provocano una frattura improvvisa (una catastrofe naturale, un'epidemia, un attacco terroristico, una forte crisi economica e sociale)⁶, perché, altrimenti, rimane stabile nel tempo pur arricchendosi di elementi che provengono dai cambiamenti sociali e culturali provenienti dall'esterno, come ad esempio la globalizzazione o le migrazioni interne ed esterne.

Sul tema ci viene in aiuto una riflessione di Giuliana Mandich sul concetto di capacità di aspirare di Appadurai (2004) del quale evidenzia due dimensioni

La prima, quella maggiormente visibile e riconosciuta, fa riferimento alle aspirazioni in quanto desideri, preferenze, scelte e pianificazioni. Riguarda cioè quell'insieme di elementi culturali implicati nei modi in cui gli individui si proiettano in avanti. Intese in questo senso però, precisa Appadurai, le aspirazioni non sono mai semplicemente individuali (così come il linguaggio proposto dall'economia prevede) ma sono integrate nelle società e non possono essere capite se non collocandole entro il quadro più ampio delle norme culturali... Desideri, scelte, preferenze, progetti, in questo senso non possono essere capiti se non collocandoli entro il quadro più ampio delle rappresentazioni sociali. Il rapporto tra il quadro culturale più ampio e le modalità individuali di aspirare è definito attraverso due dimensioni: una narrativa e una cognitiva-razionale. In quanto capacità di "navigazione" la capacity to aspire implica infatti la possibilità di passare dall'espressione contingente di desideri e bisogni individuali all'abilità di produrre motivazioni, narrazioni, metafore e percorsi attraverso i quali queste vengono collocate in ambiti e contesti sociali più ampi e messe in relazione a regole e credenze astratte. La capacità di aspirare si esprime dunque per Appadurai nella capacità di costruire

6 Per un approfondimento vedi Schwarz, Seeger, Auer (2016) e Coombs, Holladay (2012).

un racconto del e nel futuro che, utilizzando gli elementi della cultura in cui si vive, permetta di definire il proprio percorso. Lo sviluppo di questa capacità richiede la possibilità di esplorare il futuro stesso e in maniera realistica, e di condividere questa conoscenza. In questo senso la riflessività alla base dell'anticipazione è di natura prevalentemente cognitiva e razionale. Per gli individui meno privilegiati è la mancanza di pratica nell'uso di questa capacità (dovuta al fatto che la loro situazione non permette di sperimentare futuri alternativi) che porta ad avere un orizzonte di aspirazioni più fragile e precario. Chi si trova in situazioni privilegiate, invece, ha un'esperienza più ricca e complessa della relazione tra mezzi e fini e maggiori possibilità di vedere all'opera il nesso tra aspirazioni e risultati (2012: 40-41).

Le disuguaglianze nelle capacità di aspirare all'interno delle comunità hanno conseguenze per lo sviluppo di comunità, poiché se nella crescita, come vedremo, di una consapevolezza collettiva di sé, i desideri e l'immaginazione del futuro giocano un ruolo rilevante, allora diventa fondamentale prioritariamente lavorare su questo aspetto, soprattutto nelle parti più vulnerabili, fragili e marginali della comunità.

Per rafforzare questo ragionamento sempre la Mandich che, citando il lavoro di Barbara Adam, distingue tra due possibili dimensioni di lettura del futuro

La prima, che Barbara Adam definisce i future presents, è il modo in cui il futuro viene anticipato attraverso le immagini e le rappresentazioni di "ciò che sarà". Ha a che fare, dunque, con i diversi modi in cui il futuro viene culturalmente costruito attraverso le rappresentazioni sociali, l'immaginario, la definizione degli orizzonti temporali dell'agire. Queste immagini del futuro orientano l'agire nel presente, attivando soltanto alcune delle possibilità che nel presente si offrono, ampliando o restringendo, ostacolando o sostenendo l'agire individuale. Il futuro immaginato agi-

sce dunque come condizione, come quadro culturale, entro cui si costruisce il presente. Il future present è dunque un futuro prodotto culturalmente e, in quanto tale, per quanto possa essere contro-intuitivo presenta tratti molto simili a quelli del passato..... ci permette dunque di distinguere due dimensioni del futuro. Una dimensione simbolico/culturale in cui il futuro è "pensato" (immaginato, prefigurato, progettato) e in quanto tale orienta l'agire nel presente, e una dimensione fattuale in cui il futuro è incessantemente prodotto in quanto esito dell'agire nel presente. Nel mettere in evidenza la fattualità del futuro vengono sottolineati soprattutto gli effetti di aggregazione dell'agire individuale. Il futuro fattuale considerato da Adam è un futuro di conseguenze non volute. Un futuro che viene valutato soprattutto per il modo in cui le scelte nel presente si combinano in un sistema complesso di interdipendenze difficili da anticipare (2012: 38).

Immaginare il futuro partendo dal presente sarà, come vedremo, una delle modalità con le quali affronteremo il processo di lavoro con le comunità. Ma questo aspetto è strettamente correlato anche con alcune caratteristiche della *civic imagination*

Definiamo l'immaginazione civica come la capacità di immaginare alternative alle attuali condizioni culturali, sociali, politiche o economiche; non si può cambiare il mondo senza immaginare come potrebbe essere un mondo migliore. Al di là di questo, l'immaginazione civica richiede e si realizza attraverso la capacità di immaginare il processo di cambiamento, di vedersi come un agente civico capace di fare cambiamento, di sentirsi solidale con gli altri le cui prospettive ed esperienze sono diverse dalle proprie, di entrare a far parte di un collettivo più grande con interessi condivisi, e di portare dimensioni immaginative in spazi e luoghi reali. La ricerca sull'immaginario civico esplora le conseguenze politiche delle rappresentazioni culturali e le radici culturali della partecipazione politica. Questa definizione consolida

idee provenienti da vari racconti dell'immaginario pubblico, dell'immaginario politico, dell'immaginario radicale, dell'immaginario pragmatico, dell'insurrezione creativa o della fantasia pubblica. In alcuni casi, l'immaginazione civica è fondata su convinzioni su come il sistema funziona effettivamente, ma abbiamo una comprensione più ampia, che sottolinea la capacità di immaginare alternative anche se queste alternative toccano il fantastico. Troppo spesso, concentrarsi sui problemi contemporanei rende impossibile vedere oltre i vincoli immediati. Questa visione a tunnel perpetua lo status quo, e le voci innovative - soprattutto quelle dei margini - vengono abbattute prima che possano essere ascoltate (Jenkins et al 2020: 5-6).

Dalle riflessioni strutturali della Blokland sulle comunità, ci stiamo lentamente spostando nell'ambito simbolico e culturale, ovvero sia

l'idea che le fantasie su maghi e magia possano ispirare l'azione sociale del mondo reale, vedendo la cultura popolare come una provocazione per l'impegno civico piuttosto che come evasione. Sia chiaro che c'è sempre una dimensione politica nella cultura, e la nostra definizione di "civico" contiene una pesante componente culturale, ma ci interessa il modo in cui le pratiche e i materiali culturali vengono impiegati a fini apertamente politici, sia da parte di istituzioni consolidate che di movimenti di base (2020: 7).

La cultura popolare è parte integrante del nostro ragionamento sulle comunità, perché non è possibile "tagliare fuori" quello che avviene nella produzione culturale. Fausto Colombo in una recente rilettura di Gramsci afferma che

Gramsci è ben conscio che [lo] spirito popolare può essere contaminato, egemonizzato dai discorsi delle classi e dei ceti dominanti o dai soggetti del mercato della cultura; e tuttavia pare non cessi di guardare a esso non soltanto con cinismo, ma anche con tenerezza, come a una potenzialità

sovente inespressa, sovvertitrice, radicata nella realtà più profonda del sociale (Colombo, 2020: 18).

E ancora Stuart Hall scrive che

La cultura popolare, mercificata e stereotipata come spesso è, non è affatto, come a volte la pensiamo, un'arena dove troviamo chi siamo veramente, la verità della nostra esperienza. È un'arena profondamente mitica. È un teatro di desideri popolari, un teatro di fantasie popolari. È dove scopriamo e giochiamo con le identificazioni di noi stessi, dove siamo immaginati, dove siamo rappresentati, non solo al pubblico là fuori che non recepisce il messaggio, ma a noi stessi per la prima volta (1992: 250).

Mettere al centro la cultura popolare nelle comunità significa anche abbandonare l'idea che solo quello che piace ai pochi che hanno una visione di futuro sia anche quello che va bene per l'intera popolazione. Significa anche cambiare prospettiva rispetto a quello che definiamo spesso con disprezzo "quello che piace alla gente". Riuscire a comprendere in profondità la cultura popolare, saperla apprezzare e fare propria anche vivendola, può significare avviare reali processi di sovvertimento della realtà di molte comunità territoriali a partire proprio da un forte e radicato processo di *empowerment*. Come ci suggerisce Battaglini

Il concetto di empowerment sociale in senso generativo, nel modo in cui lo stiamo interpretando, trae ampiamente spunto dal concetto di 'capabilities' attraverso cui interpretare, e qualificare, la trasformazione dei legami sociali. In questo senso, un'azione sociale generativa potrebbe essere definita non solo come la capacità di rispondere in modo innovativo a dei bisogni sociali ma anche come la capacità di trasformare i legami sociali, alla base di quel bisogno, in senso capacitante, cioè attribuendo (direttamente o indiret-

tamente) agli attori delle capacità di essere o di agire attraverso il 'riconoscimento' delle loro differenze, in termini di attribuzione di percezioni, valori e cognizioni al patrimonio locale. Le potenzialità di empowerment sociale insite in un progetto territoriale generativo si riferiscono, dunque, alla libertà, lasciata agli attori che lo implementano, di definirlo, ridefinirlo, trasformarlo e reinterpretarlo continuamente, evitando la strumentalità, la loro messa in dipendenza e, quindi, il misconoscimento dei diversi interessi e bisogni messi in gioco nel corso del processo. Il benessere che ne deriva si correla, quindi, anche alla crescente consapevolezza che possono avere comunità o organizzazioni locali delle proprie risorse nonché delle proprie capacità negoziali e progettuali. La negozialità 'generativa' e 'capacitante' a livello socioterritoriale si può dunque sinteticamente definire come processo di negoziazione dei valori e degli interessi in gioco, diversamente attribuiti dagli attori sociali, per cui il 'patrimonio dato' si moltiplichi in risorse 'riconosciute e attivate' all'interno di una comune visione sul futuro di quello specifico territorio (Battaglini, 2019:15).

Quindi un processo di *empowerment* che, però, deve fare i conti con tutto quello che abbiamo inserito sino a qui nella cassetta degli attrezzi (le pratiche sociali, la familiarità pubblica, le tipologie di legami, la capacità di aspirare, la *civic imagination*, la cultura popolare) per poter essere capace di sviluppare la comunità.

Tutto questo, come vedremo più avanti, non può essere visto disgiuntamente da un cambio di paradigma che stiamo vivendo, quello della deep mediatization (Hepp and Couldry, 2017; Hepp, 2020). Nel nostro percorso dentro le comunità è interessante introdurre la riflessione di Andreas Hepp (2020: 184-186) che mette in relazione le generazioni mediali (*media generations*) con le tipologie di comunità mediatizzate (*mediatized horizons of communitizations*). Secondo Hepp esistono tre generazioni mediali:

- a) *Mass media generation*, che hanno sperimentato la radio, il cinema, la stampa, la posta e il telefono fisso nelle loro fasi formative e in seguito hanno familiarizzato con la televisione, e in età avanzata si confrontano con la digitalizzazione;
- b) *Secondary digital media generation*, che sono cresciuti anche con la televisione, il cinema, la radio, la stampa, la posta e il telefono fisso, ma che hanno abbracciato in modo più o meno completo i media digitali nel corso della loro vita (professionale) e li hanno resi parte integrante del loro repertorio mediatico individuale;
- c) *Digital media generation*, che sono cresciuti dopo l'emergere dei media digitali e per i quali il cambiamento portato dalla digitalizzazione è una componente naturale del loro ambiente mediatico complessivo.

Hepp (2020: 186) individua e spiega

cinque “orizzonti mediatizzati di comunitarizzazione” (mediatized horizons of communitization) complessivi - cioè l'insieme delle comunità rilevanti in cui una persona si posiziona - possono essere distinti attraverso le tre generazioni dei media: minimalismo, localismo, centrismo, multilocalismo e pluralismo. Queste si differenziano in relazione ai tipi di comunità rilevanti, in relazione al networking comunicativo e in relazione al dominio dei singoli temi nella costruzione della comunità. Per semplicità, l'orizzonte della comunitarizzazione è ridotto a pochissime persone e temi. Di conseguenza, il networking comunicativo basato sulla comunità è fortemente limitato sia in termini locali che translocali. Il localismo è caratterizzato da una forma di networking comunicativo principalmente locale. Quando si tratta di costruire una comunità, l'orizzonte è dominato da comunità (locali) mediatizzate come la famiglia, la cer-

chia locale di amici o il quartiere. Tutto sommato, questo orizzonte si concentra sull'esperienza locale della comunità nella città, nel quartiere o nel villaggio. Il centralismo è caratterizzato da un'accentuata focalizzazione tematica e da una rete altrettanto comunicativa. Ciò si riferisce al predominio di una particolare comunità all'orizzonte, ad esempio una particolare scena culturale o una comunità religiosa. La comunità prominente sovrappone una coesistenza di altre comunità. Il quarto tipo è chiamato multilocalismo. Il suo fattore decisivo è l'esistenza di una rete comunicativa translocale in relazione a determinate persone o temi in luoghi definiti individualmente (per esempio, due città). Si tratta della coesistenza locale di comunità diverse. Il pluralismo, infine, è caratterizzato da una rete comunicativa locale e translocale molto forte. Le persone all'interno di questo orizzonte di comunitarizzazione sono interessate a comunità legate a una varietà di questioni che si riflette in una dispersione di orientamenti tematici e nella diversità delle comunità in cui sono coinvolte.

Questo intreccio tra caratteristiche comunitarie, network comunicativi e relazionalità, rende più complesso il panorama delle comunità che abbiamo analizzato.

Questo significa che non possiamo ignorare nei processi di sviluppo di comunità, il ruolo che giocano i media (digitali e non). Ma è altrettanto evidente che non possiamo nemmeno dare ai nuovi media né un ruolo salvifico né tantomeno un ruolo trasformativo delle culture territoriali. Come afferma ancora Hepp

Tra le tre generazioni di media esiste una grande stabilità di questo tipo. Diventa abbastanza chiaro che, mentre con la deep mediatization i modi di creare una comunità con la comunicazione sono cambiati considerevolmente, gli orientamenti generali verso la comunità sono molto più stabili nel corso delle generazioni. In parole povere, possiamo dire che con il progredire della deep mediatization non tutti diventano pluralisti, anche se una varietà di comunità

diverse sono accessibili attraverso i media digitali. Oppure, per dirla in modo diverso, come generazione di media, il cambiamento dell'ambiente mediatico generato dalla deep mediatization è una cosa ovvia per i giovani di oggi. Ma questo non significa che come generazione culturale siano completamente diversi dalle generazioni precedenti in termini di costruzione di comunità - più cosmopolita, più pluralista, più aperta. Se si guarda agli aspetti più fondamentali della vita, molte affermazioni fatte riguardo alla generazione dei media digitali vanno messe in una prospettiva più accurata (2020: 186).

1.4 Il problema del business

Recentemente sono uscite alcune riflessioni che hanno posto attenzione a una rinnovata centralità del territorio e delle comunità in relazione anche al terzo settore⁷. Piuttosto che un ritorno al passato, il territorio e le comunità talvolta sono identificati come luoghi dove poter immaginare nuove strategie di business⁸ che possono essere sviluppati. Questo approccio pensa e crede che sia possibile immaginare la comunità come un'impresa, mettendo a profitto⁹ tutte le risorse (culturali, simboliche, valoriali, sociali) disponibili. La logica che viene presentata è strettamente collegata all'idea dell'impresa sociale per come si sta sviluppando in Italia dopo la recente approvazione

7 Per un approfondimento vedi Venturi, Zandonai (2019), Andorlini, Basile, Marmo (2019), Euricse (2020).

8 Come ad esempio l'idea dell'impresa sociale di comunità, ma anche sin dagli anni Novanta l'idea del marketing territoriale che ha considerato il territorio come un prodotto da promuovere, piuttosto che valutarne la sua complessità. Per una discussione sul concetto di marketing territoriale vedi Volterrani (1999).

9 In realtà parlano di mettere a valore per mascherare quello che è inevitabilmente la prospettiva di una impresa ovvero sia il profitto.

della legge sul terzo settore che mette al centro una forte caratterizzazione imprenditoriale delle organizzazioni del terzo settore.

Non stiamo però vedendo un aggiornamento e uno sviluppo rispetto alla nota origine della cooperazione sociale dall'incrocio virtuoso del mondo sociale e del mondo imprenditoriale, ma, piuttosto, a una radicalizzazione della parte che fa riferimento a idee, metodi e strumenti delle aziende che operano sul mercato, con tutto il bagaglio culturale e valoriale che ne consegue. Certamente si parla di *low profit*, di mercato sociale, ma in molti interventi pubblici e articoli si spinge il terzo settore ad assumere comportamenti, atteggiamenti e linguaggi tipici (e quindi anche valori) di "comunità" come quelle del mercato altre rispetto a quelle generalmente affini. Se questa trasformazione del terzo settore prende atto di un processo lungo più di un ventennio¹⁰, quello che sottolineiamo qui è il tentativo di "colonizzare" la vita quotidiana delle comunità con il mercato seppur sociale. Non stiamo parlando dell'esperienza delle cooperative di comunità che hanno differenti esiti e successi secondo la loro capacità di lavorare con le comunità, ma piuttosto dell'idea che le comunità esistano solo per fare impresa. Sin dai tempi dell'analisi di Polanyi (1974), le comunità e le società hanno sempre reagito al mercato attraverso attività per recuperare relazioni, legami sociali e coesione sociale, che non avevano né profitto né erano efficienti da un punto di vista economico.

Talvolta queste "reazioni" avevano l'obiettivo di colmare dei vuoti lasciati dal mercato (i pompieri sempre pronti all'azione anche se non c'erano incendi e quindi con

10 Come vedremo nel capitolo 3.

un costo fisso che non portava profitto), altre volte erano difese dalla mancanza di supporti per i problemi della vita quotidiana (le società operaie di mutuo soccorso che consentivano di intervenire nei casi di malattia grave o morte dei propri aderenti). Sono solo alcuni esempi che ci riportano agli albori del capitalismo non per fare un parallelismo, ma, piuttosto, per comprendere come oggi già esistono molti altri ambiti colonizzati dal mercato di cui tenere conto¹¹, e altri da preservare¹² liberi tra cui molte delle attività della vita quotidiana delle persone nelle comunità, ma anche le comunità stesse che non possono essere considerate un prodotto.

1.5 La nostra prospettiva sulle comunità: un primo ingresso

Nella nostra prospettiva i territori e le comunità non sono, innanzitutto, né oggetto né soggetto di business. Non sono oggetto perché i territori e le comunità sono luoghi profondamente intrecciati con le relazioni fra le persone. Sono ormai più di trent'anni che si continuano a proporre e realizzare strategie di marketing territoriale che considerano i territori come dei prodotti. I territori sono caratterizzati da un *genius loci*¹³ che può e deve essere compreso in una prospettiva storica di lunga durata (Braudel, 1977) e in una stratificazione di culture, relazioni, economie che hanno dato forma a quello che vediamo

11 Si veda per esempio sulla colonizzazione della vita umana da parte del capitalismo digitale Zuboff (2019) e Couldry and Mejias (2019)

12 Che non significa né cristallizzare né impedirne lo sviluppo in direzione di un maggiore capitale sociale e di una maggiore coesione sociale.

13 Come aveva teorizzato Pietro Trupia durante le sue amabili conversazioni fiorentine a cavallo di fine millennio.

oggi. Spesso per motivi collegati al business o a un'idea di sviluppo economico top down, molti territori hanno perso l'idea sia di quale fosse il loro *genius loci* sia delle potenzialità accumulate nel tempo. Una perdita che, per molti territori soprattutto nelle regioni del mezzogiorno, si è realizzata sia attraverso una vera e propria razzia delle risorse sia attraverso ondate migratorie che si sono succedute per tutto il secolo scorso e che sono riprese anche all'inizio del nuovo millennio.

In questo modo si sono trasformate la comunità immaginata e la *civic imagination* correlata nonché la capacità di aspirare di molte delle tipologie di comunità che abbiamo provato a descrivere nella loro complessità e articolazione. Un vuoto che ha reso povere culturalmente e, spesso anche, socialmente le persone e le loro comunità senza poter avere una visione del possibile futuro diversa da quella proposta dalle solite ricette dello sviluppo economico tout court, fallite ormai nelle esperienze già fatte nel tempo con residui e rifiuti talvolta difficili da cancellare.¹⁴ In questo quadro che proveremo a descrivere un differente approccio allo sviluppo di comunità

14 Alcuni processi di sviluppo economico hanno costruito le cosiddette cattedrali nel deserto che in taluni casi sono state avviate e poi chiuse, in altri non sono mai partite, ma ancora si possono vederne i resti che deturpano il paesaggio in molte comunità del Sud ma anche del Centro Nord.