

CONNEXION MAKING.

*// Sinapsi urbane tra microattività
sinergiche design-oriented.*

Ph.d candidate
Xavier Ferrari Tumay

XXXII ciclo
CV in Design

Relatore
Raffaella Fagnoni

X

*// MAT, indica l'incognita di un'equazione,
la variabile di una funzione.*

[illegible]

// **Indice**

Capitolo_00

- . Premessa
- . Intro
- . Abstract

Capitolo_01

Il progetto di ricerca — Messa a fuoco del tema

1.1.0 Metodo

1.2.0 Attualità del tema

- 1.2.1 Delocalizzazione produttiva e demografica
- 1.2.2 Delocalizzazione produttiva e demografica a Genova
- 1.2.3 Coda lunga e Costo marginale tendente a zero

1.3.0 Ambiti tematici

- 1.3.1 Design sistemico_open source_city making
- 1.3.2 Networks_fabbricazione digitale_innovazione sociale
- 1.3.3 Identità_creazione valore socio-economico_nuovi modelli

1.4.0 Strumenti

- 1.4.1 Mappe
- 1.4.2 Framework
- 1.4.3 Toolbox
- 1.4.4 Euristiche

1.5.0 Antinomie

- 1.5.1 Modello vs antimodello
- 1.5.2 Smart cities vs seanseable cities
- 1.5.3 Smart citizien vs seanseable citizien
- 1.5.4 Bottom up vs top down

Capitolo_02

Verso la società 4.0

2.1.0 Parallelismi internazionali

- 2.1.1 Ieri
- 2.1.2 Oggi
- 2.1.3 Domani

2.2.0 Parallelismi nazionali

- 2.2.1 Ieri
- 2.2.2 Oggi - ROCK Bologna
- 2.2.3 Oggi - Torino Social Innovation e SocialFare
- 2.2.4 Domani

2.3.0 Parallelo Genova

- 2.3.1 Ieri
- 2.3.2 Oggi
- 2.3.3 Domani

Capitolo_03

Il confronto delle teorie e delle pratiche

3.1.0 The Death spiral in Design

- 3.1.1 Abbiamo davvero bisogno di un'altra sedia?
- 3.1.2 Art director o project manager?
- 3.1.3 Forma e funzione di valori immateriali?

3.2.0 Il ruolo del designer

- 3.2.1 Cambiamenti socio-culturali
- 3.2.2 Problem solver e sense maker
- 3.2.3 Modalità e conoscenze del designer

3.3.0 Il ruolo del design

- 3.3.1 Design sistemico
- 3.3.2 Design per l'innovazione sociale
- 3.3.3 Design strategico
- 3.3.4 Design per il territorio
- 3.3.5 Design dei processi

// Indice

Capitolo_04

Territorio : Contesto = Comunità : Cultura del saper fare



4.1.0 Attualità del tema

- 4.1.1 Più della tecnologia conta l'attitudine
- 4.1.2 La contemporaneità della pialla
- 4.1.3 Il know how condiviso

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

- 4.2.1 Il valore sociale dell'artigianato
- 4.2.2 Artigianato digitale e digital fabrication
- 4.2.3 Progettazione, produzione e fruizione distribuita
- 4.2.4 Open Culture, futuribile paradigma

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

- 4.3.1 #NEU — Nuove economie urbane
- 4.3.2 Manifattura Milano Camp
- 4.3.3 Manifatture Aperte
- 4.3.4 Prospettive per consolidare la rete

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

- 4.4.1 Una strada percorribile?
- 4.4.2 Global roadmap
- 4.4.3 L'esperienza di Barcellona 2014: Poublenou
- 4.4.4 Fab City Summit Paris 2018

4.5.0 Infrastruttura creativa di Genova

- 4.5.1 Botteghe Storiche — Stile Artigiano
- 4.5.2 DiDE — Distretto del design
- 4.5.3 Fieno Design District
- 4.5.4 Divago Festival

Capitolo_05

Territorio : Contesto = Comunità : Identità



5.1.0 Attualità del tema

- 5.1.1 Più della tecnologia conta la reputazione
- 5.1.2 Fablab come hub per la democratizzazione
- 5.1.3 Le pratiche di sharing design

5.2.0 Le declinazioni dell'identità comunitaria

- 5.2.1 Il ruolo sociale del progettista
- 5.2.2 Resilienza e integrazione sociale
- 5.2.3 Progettazione, produzione e fruizione distribuita
- 5.2.4 DDesign for Social Innovation and Sustainability Network

5.3.0 Caso studio: Scuola di Quartiere

- 5.3.1 Fare innovazione sociale significa partire dell'esistente
- 5.3.2 City-makers
- 5.3.3 Toolbox
- 5.3.4 Output e outcome

5.4.0 Caso studio: Conscious Cities

- 5.4.1 Strade sensibili per città consapevoli
- 5.4.2 Smart cities o conscious cities?
- 5.4.3 L'esperienza di Londra 2018
- 5.4.4 L'esperienza di New York 2019

5.5.0 Infrastruttura socio-culturale di Genova

- 5.5.1 L'innovazione sociale a Genova
- 5.5.2 Reagente
- 5.5.3 E. Luzzati per la riqualifica di un quartiere
- 5.5.4 Don Gallo e la Città Vecchia
- 5.5.5 Network OpenVicoli

// Indice

Capitolo_06

Sperimentazione sul campo

6.1.0 OpenVicoli

- 6.1.1 Una comunità e un patrimonio a rischio di esclusione
- 6.1.2 Un laboratorio condiviso sulla partecipazione culturale
- 6.1.3 La rete e gli obiettivi

6.2.0 Azioni

- 6.2.1 Un percorso di relazione per dare sostanza al partenariato
- 6.2.2 Un apparato organizzativo per rendere forte la rete
- 6.2.3 Un modello di partecipazione per attivare i pubblici

6.3.0 Mappatura degli stakeholders

- 6.3.1 La mappatura come strumento di partecipazione
- 6.3.2 Metodologia
- 6.3.3 Schedatura stakeholders
- 6.3.4 Visualizzazioni delle sinergie

6.4.0 I progetti

- 6.4.1 PaviMenti
- 6.4.2 MANIFESTI
- 6.4.3 Fammi più grande
- 6.4.4 Genoa soundscapes project

Capitolo_07

Conclusioni

7.1.0 Esiti

- 7.1.1 Risultati attesi e risultati ottenuti
- 7.1.2 Risposta alle domande di ricerca
- 7.1.3 Obiettivi raggiunti

7.2.0 Applicazioni

- 7.2.1 DESIS Lab UNIGE
- 7.2.2 OP1F1C1O C1V1CO
- 7.2.3 DVD: Fotogrammi sulla città che cambia



// Premessa

Nella situazione socio economica in cui ci troviamo oggi, l'instabilità e l'insicurezza pervasiva a diversi livelli su scala globale.

Questa situazione "Macro" si palesa ulteriormente nella sfera urbana, "Micro", come rappresentazione concentrata delle diverse realtà sociali.

Le questioni del nostro tempo sono prodotte a livello globale da forze essenzialmente extra-territoriali, come migrazioni, clima, delocalizzazione delle produzioni, è però nelle città che irrompono le conseguenze sociali delle contraddizioni della globalizzazione.

Per la prima volta nella loro lunga storia le città sono private di una parte significativa della loro autonomia e della precedente capacità di definire e gestire la propria agenda di sviluppo.

Nello specifico, il focus della ricerca è puntualizzato sulla dimensione urbana di Genova, che sta vivendo una lunga fase di declino, dove la fase industriale, climax del contesto socio-economico genovese, è finita da ormai una trentina d'anni e la crisi sociale s'intreccia con quella demografica. Il capoluogo ligure, da troppi anni non si sofferma sulle radici e sugli effetti del declino: dalla decrescita demografica all'invecchiamento della popolazione, dall'isolamento logistico alla scomparsa del lavoro. Le infrastrutture, sia di tipo edilizio e metaforicamente anche quelle di natura umanistica, sono al collasso e il crollo del ponte Morandi ne è la catastrofica rappresentazione.

Genova è a un bivio: la città per molti o la città per pochi. Una spaccatura dettata anche dalle recenti politiche portate avanti dall'amministrazione locale che tende a far diventare Genova una città per le élite, fatta di salotti buoni e zone pregiate, perpetrando una "disneylandizzazione"¹ eterea e sterile già fallimentare in altri contesti urbani, mentre gli altri quartieri e le altre persone, che non appartengono alla limitata cerchia, sono abban-

donati a loro stessi.

In antitesi a questa tendenza, per Manuel Castells², o per Bauman³ le città diventano insieme agglomerati dei problemi globali, ma parallelamente laboratori di sperimentazione dove costruire soluzioni e individuare nuove opportunità. Luoghi locali e globali allo stesso tempo che usufruiscono di un'immediata internazionalizzazione sia in termini di risorse intellettuali e informative che di forza di mobilitazione autoctone.

A Genova, città post-industriale,⁴ questa dicotomia globale/locale, si rende evidente nella storia dal dopoguerra ad oggi, nella progressiva divisione della città, una frammentazione senza pluralismo, senza che la molteplicità degli interessi diventi pluralismo, aumentando disuguaglianze sociali che non generano solidarietà e coesione tra le parti di rappresentanza sociale, ma rancore e rassegnazione.

Ma all'opposto, è proprio nelle città che è possibile costruire cantieri per ricomporre il tessuto comunitario, per produrre antidoti alla nostra crisi democratica e di appartenenza civica: strumento di una comunità plurale, anche disomogenea, che ha voglia di capire, riappropriarsi e misurarsi con il reale.

Sarebbe ingenuo pensare di poterne modificare i caratteri senza un nuovo e profondo processo sociale, ma è comunque possibile ritornare a farci i conti. Esserne consapevoli e non solo osservatori disarmati o spaventati.

In questi termini la politica, facilitatrice e non fagocitatrice, intesa anglofonicamente sia come politics che come policy, deve essere guidata dalla conoscenza accurata del contesto in cui si muove attraverso pratiche di progettazione ad hoc.

La Politica ha bisogno di riacquisire dal design soprattutto la capacità di generare visioni, attingendo ad esempio alla scenaristica, alle forme di creatività e pensiero laterale, alla cultura del progetto in generale che è la base fondante della disciplina. Andare a scuola di design per la Politica significherebbe dunque attivare un processo di rinnovamento interno, per ritornare ad avere una visione definita e produrre contenuti di qualità.⁵

———— Daniela Selloni

// Intro

La tesi si focalizza sull'analisi delle sinergie urbane di una città, come quella di Genova, in uno stato di crisi, o per lo meno di stasi, rispetto ad altre città, ad esempio Milano come sarà ampiamente descritto nella stesura del lavoro, che invece puntano molto sulla natura reticolare del sistema urbano, e dello sviluppo conseguente in base alle risorse presenti sul territorio.

Nel lavoro si evidenzieranno parallelismi fra la realtà genovese e quella della città di Milano, che tuttavia per evidenti fattori e peculiarità territoriali differiscono sia per gli approcci di governance allo stato dell'arte sia per il retaggio storico culturale, ma è il soggetto ideale per un lavoro di benchmarking in relazione alle tematiche trattate nella ricerca.

Ciò che questo testo vuole andare ad analizzare e scorporare è la situazione locale del territorio attraverso la ricerca-azione e partecipata. Proprio da queste basi nasce anche il titolo della tesi "connexion making", con l'intento di giocare con le parole fra making e connection, ponendo sullo stesso piano il significato ambivalente sia di connection making sia making connection, dove la prima locuzione enfatizza il verbo "del fare" ed è un chiaro riferimento a tutta la dimensione e movimento dei maker, uno dei temi cardine della ricerca; mentre la seconda sta ad indicare l'attitudine del fare connessione caratteristica dell'open innovation. Inoltre si è scelto di utilizzare un espediente grafico, infatti CONNEXION (anche una forma arcaica della parola) sottolinea un altro concetto: i temi centrali della tesi sono il saper fare, l'identità e saper fare identità, qui intesi come variabili di una proporzione che rappresenta ed esiste nella sfera urbana. Infatti nei capitoli 4 e 5, verranno analizzate le incognite del caso declinate secondo gli altri parametri e dovranno essere letti parallelamente in quanto hanno una struttura simile. Scomponendo il sottotitolo invece, proprio come le sinapsi, che sono i punti di contatto tra due cellule nervose e servono per propagare gli impulsi nervosi, le sinapsi urba-

X = Cultura del saper fare

Territorio : Contesto = Comunità : Cultura del saper fare

X = identità

Territorio : Contesto = Comunità : Identità

ne⁶ sono i diversi collegamenti fra le microattività che si studieranno durante il percorso.

Nell'accezione comune e/o economico, l'attività viene intesa come il complesso di risorse di cui un'impresa si avvale per condurre i suoi affari, qui invece sarà definita come un complesso di realtà molto piccole e locali che vanno ad incidere sul tessuto socio-culturale della città, e che solo in seconda battuta hanno un ritorno economico.

Ed è proprio da queste connessioni che nasce la sinergia,⁷ (/siner'dia/ s. f. [dal gr. synergía o synérgeia, der. di synérō "cooperare" (comp. di sýn "con, insieme" e érgō "operare, agire")]. nell'accezione farmacologica del termine, ovvero il potenziamento dell'effetto prodotto dall'azione di due o più elementi guidati dalle metodologie del progetto.

Per scandire la struttura della ricerca si è volutamente inserito dei titoli introduttivi che fossero evocativi, e talvolta provocatori, rispetto alla trattazione del relativo tema. L'impianto narrativo del lavoro si articola in maniera discorsiva e secondo un sviluppo per gradi: nel primo capitolo viene elaborata una panoramica del contesto di ricerca e la matrice di keywords della ricerca utile a delineare lo stato dell'arte delle città contemporanee che sono assimilabili al caso studio di Genova. Questa analisi viene condotta attraverso una lettura dal micro al macro⁸ ed esplicitata nel secondo capitolo. Il terzo capitolo invece è dedicato ad una analisi compilativa e critica delle teorie del design contemporaneo riportando le voci degli esperti del rispettivo ambito. Come detto in precedenza, i capitoli centrali sono dedicati all'analisi degli ambiti di ricerca secondo la prospettiva di proporzione precedentemente descritta. Il sesto capitolo è dedicato alla narrazione della sperimentazione OpenVicoli, portata avanti in prima persona, secondo l'approccio di ricerca-azione. Infine, nel capitolo 7, le conclusioni di ricerca e futuri scenari di ricerca sul campo.

// Abstract

Il lavoro di ricerca si pone l'obiettivo di porre le basi scientifiche per la costruzione di una rete formale, nell'area del centro storico genovese, fra microattività di varia natura (sociali, produttive, economiche e culturali) tramite le competenze del design.

I contesti fragili del territorio in questione, possono essere intesi come opportunità per produrre valore socio-economico collettivo, attraverso approcci sistemici di open innovation, combinando la regia dei processi di innovazione, guidati dai tools del design, al coinvolgimento di diversi attori e stakeholders.

Il fine è di comprendere, determinare e gestire il valore degli outcome sociali, economici e culturali generati da questa iniziativa.

Si è soliti pensare al design come una disciplina atta alla generazione di forme gradevoli e attrattive. In realtà la forma, e il prodotto materiale che ne consegue, è solo l'espressione di un sistema ben più complesso di valori che si articolano in aspetti materiali ed immateriali.

Intervenire su questo sistema complesso significa attribuire al design un ruolo diverso rispetto al "design tradizionale". Il design che è emerso in questi ultimi due decenni si propone come un insieme di competenze socio-culturali, e di conseguenza anche il ruolo del progettista sta evolvendo in rapporto a questo quadro: ciò che si progetta non è un "risultato finale", come quando si progetta un prodotto, ma sono le condizioni ad essere predisposte, affinché un evento desiderato o una situazione prefissata abbia maggiori possibilità di avvenire. Questo è l'approccio del design sistemico (Bistagni-

no, 2017):⁹ progettare le relazioni tra i componenti materiali, ma soprattutto immateriali che generano un sistema, valorizzando l'identità e le risorse di uno specifico contesto, in modo da produrre beni e benessere per il singolo e per la collettività.

Quindi il "designer esperto", come lo definisce Manzini¹⁰, ovvero colui facente parte della comunità di quelli che sono stati formati, diventa figura cardine, incaricandosi della creazione di sistemi tendenti all'auto-sostenibilità e della pianificazione di strategie per il cambiamento, proponendosi come attore capace di promuovere e supportare processi progettuali di diverso tipo e a diverse scale.

Il territorio va inteso come piattaforma per l'innovazione di sistemi locali che sono in continua evoluzione e di processi che sono essenziali per garantire il mantenimento di vantaggi competitivi, non tralasciando la metamorfosi del cosiddetto "prosumer" e della produzione "a customizzazione di massa": questa è una forma di produzione contemporanea, dove il design, o almeno una parte di esso, si unisce ad una logica di produzione artigianale: "il fatto su misura", il "tailor made", la personalizzazione con componenti e parti di derivazione e di ispirazione tecno-industriale, quindi un modello ibrido. Nelle città emerge un fenomeno basato sulla rilocalizzazione delle attività manifatturiere, le "Small Urban manufacturers" (Pratt Center, Byron e Mistry, 2011)¹¹ collegato a una tendenza più ampia in atto nei paesi avanzati ovvero "insourcing", si assiste in sostanza la ricomparsa di nuove forme di micro produzione all'interno delle aree urbane e metropolitane. Le S.U.M sviluppano una produzione che è altamente design-oriented non solo per il prodotto ma anche per il modello di comunicazione, per lo sviluppo del brand, per la fruizione dei servizi annessi e per l'esperienza che viene offerta. Anche in Italia si inizia a fare questo ragionamento:



il Comune di Milano, attraverso l'iniziativa di "Manifattura Milano", costruisce una politica dove coinvolge tutti gli attori della città, come università, fab-lab, start-up, artigiani, associazioni, le imprese, il no-profit e i cittadini per ragionare su come sia possibile sviluppare e reinsediare all'interno della città la produzione, materiale e culturale, e quindi anche nuove forme della stessa e in che modo possa andare ad impattare nel tessuto sociale urbano.

Infatti, parallelamente a queste possibili dinamiche, l'indotto naturale è la creazione di nuovi orizzonti di sviluppo culturale e sociale, peculiarità che rientrano nelle logiche "open" e di condivisione, focalizzate sulle comunità, intese sia comunità professionali, sia le comunità di pratica, sia ancora i pubblici di riferimento delle diverse iniziative e gli stakeholders delle diverse attività. In questo senso le reti, mettendo in relazione diverse comunità, possono anche essere considerate comunità di comunità.

L'obiettivo del lavoro di ricerca è analizzare le attività delle diverse realtà che operano e vivono nel territorio del centro storico di Genova, ponendo le basi per una rete stabile e sempre più ampia che unisca il mondo della cultura, nell'accezione più ampia e quindi compresa la cultura del progetto e del saper fare, al mondo del sociale in un dialogo strutturato nel centro storico di Genova.

Nello specifico si struttureranno azioni volte ad allargare e diversificare i pubblici delle comunità, riposizionando agli occhi del quartiere gli spazi aperti alla cittadinanza e alla creatività, innovando l'offerta stessa del territorio, attraverso percorsi di co-progettazione, orientati alla condivisione di esperienze professionali, la rete stessa lavorerà all'ideazione di laboratori creativi da realizzarsi all'interno degli spazi di uno o più partner, pensando e strutturando percorsi tra territorio e attori.

Note

1 Tantucci, E., (2011). *A che ora chiude Venezia? Venezia: Corte del Fontego.*

2 Castells, M. (2004). *La Città delle reti.* Venezia: Marsilio.

3 Bauman, Z. (2005). *Globalizzazione e glocalizzazione.* Roma: Armando Editore

4 Palumbo, M., *Le diseguaglianze a Genova tra radicamento e trasformazioni. Le sfide oltre la città divisa* in Poli, S., Tringali, S. (2019) *Dopo la città divisa: il futuro dei quartieri genovesi tra vecchie e nuove diseguaglianze.* Genoa University Press: Genova

5 AA.VV., (2018). *Progettualità sociale e Politiche, Triennale Milano: Edizioni CheFare.*

6 Carta, M. (2011). *Per una wikipedia urbana: sfide del progetto urbanistico. Territorio della Ricerca su Insediamenti e Ambiente. Rivista internazionale di cultura urbanistica*, 4(7), 69-80.

6a Piscitelli, M. (2011). *Comunicazione visiva e grafica per un "turismo creativo" nei centri storici.* In SAVE Heritage. *Safeguard of architectural, visual, environmental heritage.* La Scuola di Pitagora.

7 Lanza, G. G. (2017). *Nuove sinergie tra territori e imprese: le benefit corporation come possibili attori di sviluppo sostenibile.* Documenti geografici, (1), 37-61.

8 Bistagnino, L. (2016). *microMACRO, Micro relazioni come rete vitale del sistema economico e produttivo.* Edizioni Ambiente, Milano.

9 Bistagnino, L., & Petrini, C. (2011). *Design sistemico: progettare la sostenibilità produttiva e ambientale.* Bra, Cn: Slow Food Editore.

10 Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation.* MIT press.

11 Mistry, N., & Byron, J. (2011). *The federal role in supporting urban manufacturing.* Brookings, NY, USA.

CAP-

ITO-

LO

01

**Il progetto di ricerca
Definizione del contesto**

1.1.0 Metodo

1 Manzini, E., Baule, G., & Bertola, P. (2004). *Design multiverso: appunti di fenomenologia del design*. Milano: Poli.design.

In virtù del fatto che la natura stessa del design (inteso come processo creativo) lo rende multidisciplinare¹, anche le caratteristiche che definiscono la ricerca su quest'ultimo provengono da differenti ambiti e lo rendono perciò "open", ovvero un continuum in cui interagiscono diverse competenze e nozioni che portano una propria specificità.

La prospettiva della ricerca è multitasking, su vari livelli di lettura e un crossover fra ambiti di ricerca (innovazione come prodotto, processo, servizio, comunicazione) e linee di ricerca (influenza dell'innovazione nel settore sociale, sociologico, culturale, politico ed economico) in cui si intrecceranno tematiche trasversali.

La struttura narrativa della tesi si è suddivisa in tre sezioni e di conseguenza in tre diversi metodi di approccio:

nella prima parte, attraverso un metodo diacronico², si è portata avanti una ricognizione sullo stato dell'arte dell'ambito di ricerca in due diverse prospettive; i Capitoli 1 e 2 sono serviti a fare chiarezza in ambito storico-culturale mentre il capitolo 3 in ambito teorico-disciplinare tramite un'indagine bibliografica approfondita del tema in questione

I capitoli 4 e 5, invece, attraverso un'analisi sincronica², ha delineato la lettura parallela di temi contemporanei, attuali e in itinere evolutiva secondo narrazione discendente dal macro al micro.

Nel capitolo 6, focalizzato sulla sperimentazione e sull'utilizzo di strumenti di ricerca sul campo³ si sono elaborate delle considerazioni critiche e di indirizzo attraverso la partecipazione in prima persona ad attività territoriali.

3 Catania, C. (2011). *Design, territorio e sostenibilità. Ricerca e innovazione per la valorizzazione delle risorse locali*. Franco Angeli.

- Metodo diacronico - Studio del complesso di mutamenti attraverso il tempo
- Metodo sincronico - Studio dell'aspetto con cui un tema si presenta in un determinato momento, attuale o passato, della storia.



1.2.0 Attualità del tema

1.2.1 Delocalizzazione produttiva e demografica

4 Sassen, S. (2019). Cinque domande a Saskia Sassen sui costi della globalizzazione. *il Mulino*, 68(4), 659-664.

L'economia mondiale è divenuta negli anni recenti sempre più aperta e integrata. Intere fasi dei processi produttivi vengono spostate all'estero e sempre più spesso si sente parlare di outsourcing dei servizi. Questi sono alcuni dei cambiamenti cui ci si riferisce con il termine "globalizzazione"⁴ dell'economia mondiale. I mercati promuovono l'efficienza attraverso la competizione, la divisione del lavoro e la specializzazione, che permette a ciascuna economia di concentrarsi su ciò che le riesce meglio. Forza trainante nell'ambito di questo processo è la delocalizzazione della produzione.

La dispersione del processo produttivo a livello mondiale conduce ad un riadattamento non solo della struttura di produzione, ma anche della natura stessa delle imprese, inserite in un contesto globale caratterizzato da maggiori livelli di flussi di capitali e di conoscenze tecnologiche, da importazioni meno costose e mercati delle esportazioni più estesi.

La crescita economica, misurata secondo i criteri convenzionali, è il veleno della nostra epoca. C'è bisogno di economie che rispondano a logiche distributive:

più coinvolgono le persone e le realtà territoriali e locali, più le economie ne beneficiano e producono benefici. Oggi avviene il contrario.⁵

Saskia Sassen

5 <http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2015/10/20/news/l-economia-globale-sta-degenerando-ed-espelle-tutto-cio-che-non-ren-de-1.235048>

Per delocalizzazione si intende il trasferimento della produzione di beni e servizi in altri paesi, in genere in via di sviluppo o in transizione. In senso stretto, ci si riferisce ad uno spostamento della produzione da imprese poste sul territorio di un determinato paese ad altre localizzate all'estero. La produzione ottenuta a seguito di questo spostamento dell'attività non è venduta direttamente sul mercato, ma viene acquisita dall'impresa che opera nel paese di origine per essere poi venduta sotto il proprio marchio. In una prospettiva più ampia, la delocalizzazione rappresenta un fenomeno complesso, allo stesso

tempo unitario, ma di carattere composito.⁵ Si tratta infatti di un processo legato all'internazionalizzazione delle imprese e che prevede diverse forme di realizzazione: dagli investimenti diretti esteri alle joint ventures, dall'outsourcing alla subfornitura. I rapporti che si instaurano tra le parti coinvolte in questi processi possono quindi essere regolati in modi diversi.

Nella letteratura esistente⁶, si può desumere che all'interno dei principali sistemi economici dell'Occidente avanzato si è assistito a un processo di deindustrializzazione realizzato attraverso la delocalizzazione e la progressiva dismissione delle attività manifatturiere dai siti produttivi situati nei grandi bacini industriali metropolitani e dalle aree dei sistemi produttivi locali.

Nell'industria tradizionale, è evidente come la delocalizzazione e deindustrializzazione siano la causa della diminuzione delle imprese manifatturiere in alcuni paesi occidentali, di conseguenza questo fenomeno porta alla riorganizzazione delle tradizionali forme di "fare" e fare impresa, sia a livello urbano che in situazioni periferiche, si assiste in modo sempre più diffuso alla crescita di quella che viene definita azienda-editrice.

Prima le aziende design oriented⁷ avevano un ufficio tecnico e gestivano al proprio interno l'intera fase di produzione, distribuzione, di comunicazione e immagine. Il ruolo del designer era, per così dire, "marginale" poiché si dedicava alla progettazione o alla stesura di un concept che poi destinava all'azienda che glielo aveva richiesto o che lui stesso aveva contattato. In questo modo l'azienda deteneva in mano l'intera produzione e si occupava della produzione poiché la sua struttura fisica presentava gli impianti e le macchine utili a tale sistema. Inoltre, rappresentava il passaggio tra designer e utente finale, i quali non consideravano assolutamente possibile una forma di dialogo diretto.

5 Cammelli, M., (2007), *Territorialità e delocalizzazione nel governo locale. Il mulino*.

6 Doria, M. (2019). *La deindustrializzazione italiana. Riflessioni tra economia e storia. Società e storia*, xlii(165), 591-607. <https://doi.org/10.3280/SS2019-165012>

7 Bruzzo, F., (2016), *Design manufacturing. Modelli di autoproduzione nelle pratiche del design contemporaneo*, Tesi di Dottorato in Design presso Università degli Studi di Genova.

A causa del cambiamento a livello globale dei sistemi produttivi e culturali, molte aziende hanno perso questo ruolo e hanno introdotto nuove strategie, si fa largo la pratica della riduzione degli investimenti, soprattutto nello sviluppo e nella ricerca. Chi si muove, invece, nell'altra direzione sono le aziende che delegano molte fasi della progettazione-produzione, rischiando così il meno possibile in prima persona.

In quest'ultimo caso, il progettista, anche se rimane, come ieri, all'esterno dell'azienda si occupa anche di tutte le altre fasi. I compiti una volta svolti dall'azienda, in questo caso, vengono completamente affidati al designer che, oltre alla fase di concept, può gestire lo sviluppo, la produzione e, in casi alternati, anche l'immagine e la comunicazione dell'intero sistema relativo al prodotto. L'azienda cerca, o meglio sceglie tra le infinite possibilità fra i progettisti che offrono un prodotto finito, che assicura meno sprechi in termini di tempo ed energie e al contempo può essere meglio valutato da un punto di vista di sicurezza del mercato e di fattibilità. Questo passaggio tra azienda tradizionale e azienda editrice, avvicina i modelli autoproduttivi a quelli della produzione industriale, si assiste ad un cambiamento generale della figura del designer che, anche se opera livello industriale è chiamato a gestire più aspetti del processo progettuale.

Negli ultimi due decenni si è assistito ad una radicale transizione della produzione manifatturiera in una filiera molto più tecnologica che ha trasformato, per necessità e per coerenza con lo sviluppo della già citata globalizzazione, la classica industria pesante in un'industria leggera, votata alla smaterializzazione delle risorse dovuta all'implementazione esponenziale di internet nella catena industriale.

Ad esempio in Italia questo fenomeno ha spostato il baricentro geografico e nazionale della produzione più a est⁸, rispetto a quello del boom economico del dopo guerra. Infatti oggi il nuovo triangolo industriale si è venuto a formare nell'asse Milano-Treviso-Bologna.

In mezzo a questo spostamento ad Est c'è la crisi del modello della fabbrica fordista a

8 Rullani, E. (2017). *Distretti industriali e nord: dal vecchio al nuovo, la difficile transizione. Economia e società regionale*.

favore di un capitalismo della conoscenza e della tecnologia applicata. Un capitalismo che ha saputo contenere i costi, innovare i processi produttivi e trovare nuovi canali di vendita e servizi ai clienti sempre più capillari e personalizzati utilizzando, per esempio, internet e stampanti 3D.

È una zona economica densa non solo d'impresa legate tra loro da vincoli da filiere e piattaforme produttive molto innovative, ma anche di università e centri di ricerca,⁹ strutture modernissime di servizi e logistica, poli turistici, centri d'arte, organizzazioni culturali di prestigio internazionale (teatri, musica, festival letterari, gallerie) e attività di editoria e comunicazione, tradizionali e multimediali. È un'economia aperta, fortemente segnata dall'innovazione, dall'inclusione sociale (le fabbriche sono ancora oggi un buon ascensore sociale, per chi sa "fare, e fare bene") e, naturalmente, da una crescente tendenza all'export. Un'area di microcosmi che si contaminano con le peculiarità del territorio, dove anche le realtà del capitalismo molecolare,¹⁰ e quindi gli artigiani e le piccole imprese, hanno capito che è in atto un passaggio fondamentale e in discontinuità con il passato, che presuppone una rivitalizzazione della pletora dei soggetti autoctoni.

In questo senso, si stanno ridisegnando le città distrette, fatte di persone, imprese e terzo settore con la consapevolezza che nell'era del fordismo e del post fordismo, il territorio era una dimensione piatta. Oggi giorno il paradigma¹¹ sta mutando ed evolvendo rispetto a quello del '900, quello che sta avvenendo nell'area in questione è un riequilibrio del rapporto di territorio-piattaforma in una dimensione prepolitica: l'impresa e la rappresentanza istituzionale dialogano con le istanze del territorio in cui operano, ricucendo attraverso i diversi flussi che cambiano culturalmente, socialmente e antropologicamente il radicamento dei luoghi.

Una volta nel boom dell'Italia del miracolo economico degli anni '60 c'era un triangolo industriale formato da Genova con le sue aziende statali nell'acciaio e nella cantieristica, Torino con il polo dell'auto e Milano con le banche e le grandi famiglie imprenditoriali. Oggi tutto questo patrimonio fa parte del passato.

9 Fondazione Nord Est e Prometeia, (2015). *Make in Italy. Il 1° rapporto sull'impatto delle tecnologie digitali nel sistema manifatturiero italiano* - [http://www.fnordest.it/web/fne/content.nsf/0/3B81D91CE1AC5A9DC1258271002C6782/\\$file/makeinitalyrapportocompletook.pdf?openement](http://www.fnordest.it/web/fne/content.nsf/0/3B81D91CE1AC5A9DC1258271002C6782/$file/makeinitalyrapportocompletook.pdf?openement)

10 Bonomi, A., Della Pappa, F., & Masiero, R. (2016). *La società circolare: fordismo, capitalismo molecolare, sharing economy. DeriveApprodi*.

11 Bonomi, A., & Pugliese, F. (2018). *Tessiture sociali: la comunità, l'impresa, il mutualismo, la solidarietà. EGEA spa*.



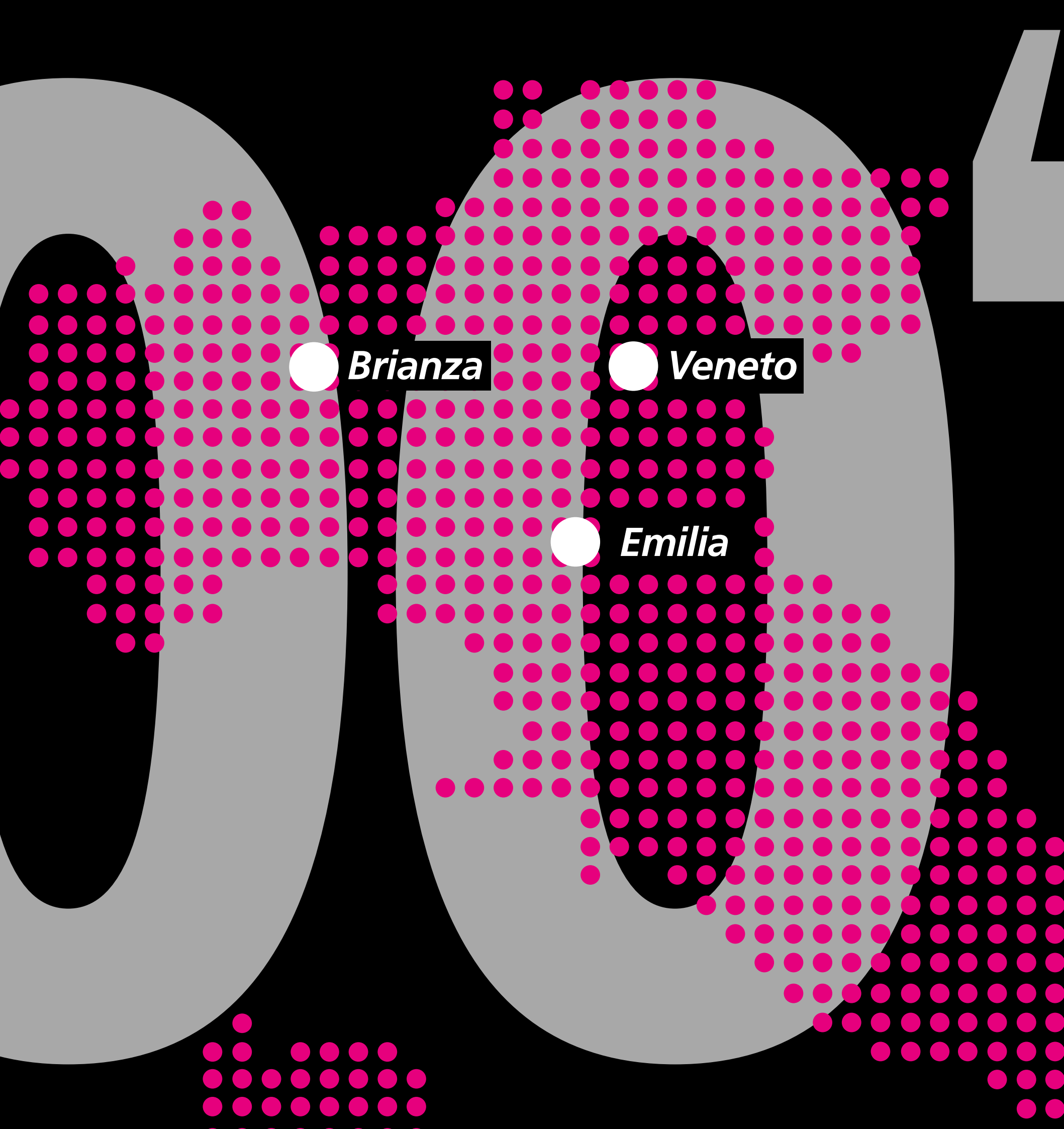
Torino



Milano



Genova



Brianza



Veneto



Emilia

1.2.0 Attualità del tema

1.2.2 Delocalizzazione produttiva e demografica a Genova

Ex capitale dell' acciaio, ex capitale della cantieristica, ex capitale del nucleare.

L'intento del lavoro di ricerca è quello di provare ad analizzare quali prospettive sociali possa avere Genova, ma soprattutto il centro storico che, dai tempi della città divisa di cui parlava il sociologo Luciano Cavalli¹², mescola le caratteristiche tipiche delle periferie operaie con quelle dei quartieri residenziali benestanti.

In generale, le città hanno bisogno di risolvere il conflitto che da tempo hanno con la produzione industriale¹³: i prodotti vengono commercializzati, utilizzati e dismessi nelle città stesse, ma la loro produzione spesso avviene al di fuori di esse, e molto spesso anche in luoghi a migliaia di chilometri di distanza rispetto a dove vengono fruiti. Oggi più che mai diventa fondamentale, sia per necessità che per la prospettiva di un futuro migliore, ridisegnare un sistema cittadino nuovo: ibrido fra il passato artigianale e industriale che purtroppo, nella città di Genova, sta vivendo un momento di grave crisi e un futuro di innovazione.

Sicuramente tecnologica, ma che al tempo stesso restituisca una valenza qualitativa al contesto sociale a cui si applica, e perciò tarata sulle necessità peculiari di una comunità urbana, in modo da strutturare progetti pilota che si possano espandere geograficamente a macchia d'olio in una rete autopoietica di processi e buone pratiche anche a zone periferiche.

Oltre alle attitudini, vi è il bisogno di creare agglomerati di infrastrutture in grado rendere accessibile a tutti, non solo la progettazione e il co-design, ma soprattutto la produzione di beni e servizi per i cittadini e per le città, dove vi sia la collaborazione fra pubblico, privato e terzo settore.

In quest'ottica, oltre a creare un secondo welfare locale e bottom up, si vengo-

12 Cavalli, L. (1957). *Inchiesta sugli abituri*, prefazione di Gianni Baget Bozzo, Ufficio Studi sociali e del lavoro del Comune di Genova

13 Maffei, S., Bianchini, M., *City Making. Nuovi metabolismi urbani tra micro e autoproduzione in diid disegno industriale | industrial design*, 57_14 - <http://www.diseagnoindustriale.net/diid/city-making-nuovi-metabolismi-urbani-tra-micro-e-autoproduzione/#>

no ad instaurare opportunità di imprenditoria a vocazione sociale¹⁴ (cfr S.I.A.V.S.). La manifattura digitale, per sua natura aperta ed accessibile, sta progressivamente ampliando il ventaglio di possibilità progettuali per affrontare problemi locali: non solo più oggetti, ma arredi, allestimenti, strumenti e accessori per i più svariati ambiti, dallo sport all'agricoltura, dall'upcycling al healthcare, dall'accessibilità al green indoor/outdoor, dall'ottimizzazione meccanica dei pezzi all'integrazione della tecnologia negli oggetti di uso quotidiano.



14 Maino, F., & Ferrera, M. (2019). *Nuove alleanze per un welfare che cambia: Quarto rapporto sul secondo welfare in Italia: 2019*. G. Giapichelli.

Crollo del ponte Morandi, 2018

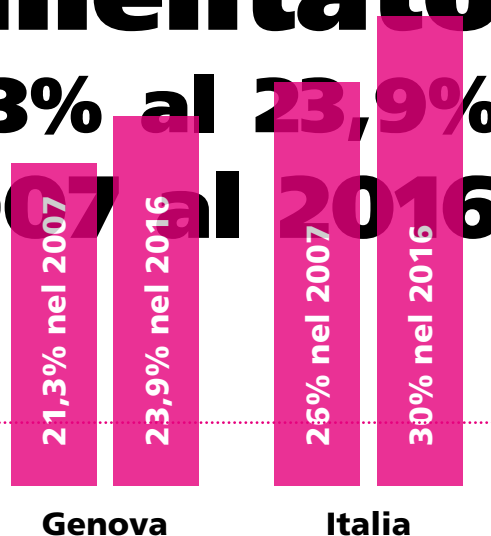
Genova deve saper reintegrarsi in una tendenza diffusa nelle città contemporanee nel tracciare pratiche esistenti e immaginari, che impegnino tutti in una sfida civile a partire dai cambiamenti sul piano sociale, culturale, economico, politico e urbanistico. La questione della disuguaglianza¹⁵ è il nodo della crisi genovese: una città profondamente divisa tra i quartieri del centro-levante e quelli del ponente, tra quelli che sono quartieri benestanti e quartieri poveri periferici, tra pochi privilegiati e i tanti che sono senza prospettive. Una condizione che coinvolge un numero sempre crescente di cittadini, costretti ad una condizione di povertà che non è solo materiale e quindi più difficilmente fotografabile, che trascina le persone sotto la soglia del benessere e genera una permanente situazione di disagio e di insicurezza che condiziona tutta una vita e ciò è esplicitato nei seguenti grafici elaborati dal Centro Studi di Genova Che Osa¹⁶:

15 Poli, S., Tringali, S. (2019) *Dopo la città divisa: il futuro dei quartieri genovesi tra vecchie e nuove disuguaglianze*. Genoa University Press: Genova

16 www.genovacheosa.org/dossier-povertagenova#dossier

Le startup innovative "a vocazione sociale" (anche definite "SIAVS") sono una categoria di società che, oltre a rispettare gli stessi requisiti posti in capo alle S.R.L. innovative, operano in almeno uno dei settori specifici considerati di particolare valore sociale.

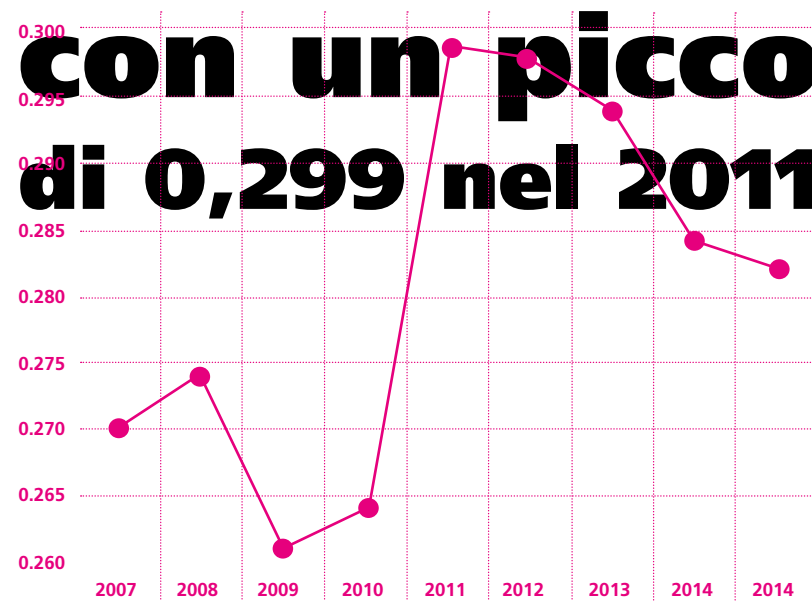
In Liguria il rischio povertà è aumentato dal 21,3% al 23,9% dal 2007 al 2016



Il tasso di mancata partecipazione al lavoro è cresciuto dal 9,3 del 2007 al 15,1% del 2016



L'indice di Gini riferito al reddito netto familiare è cresciuto da 0,27 nel 2007 a 0,284 nel 2014, con un picco di 0,299 nel 2011



Il 9,2% delle persone vivono in case di bassa qualità. Era solo 5% nel 2007

Indice Gini: una misura sull'omogeneità della distribuzione dove il valore "0" rappresenterebbe la massima equidistribuzione dove tutti hanno la medesima ricchezza e il valore "1" la massima disuguaglianza dove una sola persona possiede tutto.

Il tasso di mancata partecipazione al lavoro: una percentuale che alla disoccupazione aggiunge le persone inattive ma che sarebbero disposte a lavorare

16www.genovacheosa.org
dossier-povertagenova#dossier

1.2.0 Attualità del tema

1.2.3 Coda lunga e costo marginale a zero

Gli effetti descritti nei precedenti paragrafi hanno generato la progressiva concentrazione delle imprese a integrazione verticale che ha caratterizzato la seconda rivoluzione industriale nel segno della riduzione dei costi marginali verso le economie di scala.

In contingenza a queste dinamiche economico-produttive e grazie all'ascesa di internet e le relative possibilità di comunicazione e trasmissione di dati, il mercato dall'inizio degli anni 00' è stato stravolto: se da un lato il digitale sta abilitando quasi la totalità dei processi umani dall'altra ha anche agevolato e accelerato la concentrazione del potere di mercato di colossi multinazionali.

"È sicuramente un mondo più duro, dominato dalle Big Four o Big Three, come Amazon, Google, Facebook, o dai giganti cinesi. Abbiamo avuto due onde. Una prima è stata quella delle app, fatte da ciascuno per ogni occasione. Poi è venuta l'onda delle piattaforme, come Facebook o Youtube, che possono essere facilmente manipolate con gli algoritmi. Penso che sia il momento migliore per fare distribuzione, ma è anche il momento peggiore per fare soldi."¹⁷

Chris Anderson

¹⁷ <https://www.linkiesta.it/it/article/2017/11/08/chris-anderson-europa-liberati-dalle-regole-se-vuoi-essere-innovativa/36098/>

¹⁸ Anderson, C. (2010). *La coda lunga: Da un mercato di massa a una massa di mercati*. Codice.

Nel 2004, proprio Anderson coniava l'espressione "The Long tail"¹⁸, secondo cui si preferisce vendere una grande varietà di oggetti in quantità piccole piuttosto che un repertorio ridotto di elementi più popolari (best seller) in grande quantità.

Per fare un esempio citato dallo stesso autore, su Amazon.com risultano molto più alte le vendite di libri poco conosciuti, non acquistabili nelle librerie, rispetto alle vendite dei bestseller.

Anche in questo caso si denota l'ambivalenza di questo fenomeno: da un lato internet dà la possibilità di vendita e di visibilità anche al piccolo editore o autore, dall'altra la piattaforma e/o agglomeratore (nell'esempio ci-

tato Amazon) fagocita ogni fetta di mercato. Nello specifico sono tre le forze propulsive di questo modello economico,¹⁹ con le relative zone di chiaroscuro:

¹⁹ Chiarello, P., (2014). *Democratizzare gli strumenti produttivi. Una ricerca sul blow shaping e la sperimentazione del design*, <https://www.politesi.polimi.it/>

1. DEMOCRATIZZAZIONE DEGLI STRUMENTI PRODUTTIVI ha permesso ai singoli individui di fare ciò che nel XX secolo era di esclusiva competenza dei professionisti. Il risultato è che l'universo dei contenuti disponibile sta crescendo giorno dopo giorno in modo esponenziale. La democratizzazione degli strumenti è stata la conseguenza diretta della nascita di una nuova categoria di persone che producono contenuti di qualsiasi tipo:

- Film-maker casalinghi producono cortometraggi di alta qualità
- Piccole band musicali fanno uscire musica senza etichetta discografica
- Blog amatoriali si contendono l'attenzione con i mainstream
- Enciclopedie partecipative risultano più consultate di quelle "autorevoli"

2. DEMOCRATIZZAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE: Il fatto che chiunque possa creare contenuti ha rilevanza soltanto se altri possono usufruirne. Il PC ha reso ognuno di noi un potenziale produttore o editore, ma è stato internet a renderci distributori. L'aspetto strabiliante è l'economia basata sugli atomi ossia i soldi che ci vogliono per distribuire con camion, depositi e scaffali, contro l'economia basata sui bit dove ci vogliono solo frazioni di centesimi a diffondere contenuti on line. Questo a sua volta, si traduce in un maggior consumo a livello mondiale.

Una palese manifestazione di questa seconda forza sono gli aggregatori ovvero fornitori di servizi che raccolgono un'enorme quantità di beni e li rende disponibili e facili da reperire.

3. COLLEGAMENTO TRA DOMANDA E OFFERTA: Ai consumatori deve essere dato il modo di trovare le nicchie adatte ai loro particolari interessi. Il consumatore riesce a trovare il prodotto che vorrebbe acquistare grazie ad una scelta guidata da logiche di marketing, di comunicazione indicizzata, da algoritmi e da intelligenza artificiale o machine learning, ma anche dalla guida e

all'aiuto di altri utenti e da feedback recensivi che, generalmente, si rivelano le guide più attendibili.

Il passaparola amplificato è la manifestazione della terza forza della coda lunga: sfruttare l'opinione dei consumatori per far incontrare offerta e domanda. Così si sta passando dal consumismo al produttivismo partecipativo.

Nel nuovo universo che si sta delineando nella civiltà occidentale, dove non vige più il principio della scarsità delle risorse, si stanno facendo strada anche personaggi come i prosumers²⁰, consumatori diventati produttori di quanto loro abbisogna, si tratti di un libro o di una qualche energia alternativa, i quali agiscono in un regime proprietario che non è né pubblico né privato, ma che fa riferimento a titoli di proprietà gestiti collettivamente da gruppi sociali. Questo sistema è basato fondamentalmente sull'agire di produttori collaborativi, i quali si preoccupano del benessere dei consumatori dei beni, anche da loro offerti, in un quadro di vincoli sociali costruiti sulla fiducia, proprio come sulla fiducia è basato il feedback recensivo della coda lunga.

In questa economia postcapitalistica operano quindi agenti che non sono smithianamente mossi da interessi individuali o personali, ma che nel gestire beni collettivi compiono spontaneamente scelte dettate dalle esigenze del benessere sociale.

I Commons collaborativi²¹ sono quindi un nuovo sistema economico, in fase embrionale, che si svilupperà parallelamente al capitalismo, ovvero un modello legato all'accesso dei servizi, realizzati e prodotti dai prosumers, ovvero produttori e consumatori allo stesso tempo, un modello di organizzazione composto da milioni di istituzioni autogestite, che vanno dai circoli sportivi alle cooperative di produzione e di consumo, fino alle associazioni condominiali.

Tutte insieme queste istituzioni danno vita a una nuova società civile, che fa perno su principi di tipo collaborativo e solidaristico, e fonda un'economia che solo riduttivamente si può definire sociale.

20 Rifkin, J. (2016). *How the third industrial revolution will create a green economy. New Perspectives Quarterly*, 33(1), 6-10.

21 Arcidiacono, D. (2017). *Economia collaborativa e startup: forme alternative di scambio economico o mito della disintermediazione?.* Quaderni di Sociologia, (73), 29-47.

In questo scenario urbano e con queste condizioni si assiste quindi alla comparsa di nuove figure di creativi o di nuove forme di imprese produttrici caratterizzate dalla fusione tra la dimensione dell'individuo e quella dell'organizzazione e dall'integrazione tra le attività progettuali, produttive e distributive. E non si tratta solo di altri esponenti del capitalismo produttivo personale e molecolare (Sennet, 2006; Bonomi, 2009), ma di nuove esperienze ibride a cui va riconosciuta la capacità di far implodere il sistema delle competenze e dei ruoli organizzativi riconfigurando la catena del valore degli attuali processi di produzione e distribuzione delle merci: i designer-impresa (Bianchini, Maffei; 2013). Questi soggetti possono essere definiti come progettisti-produttori che riassumono in una dimensione personale tutte le possibili funzioni di un'impresa: produzione, promozione, distribuzione e capacità di reperire risorse sul mercato. Questo nuovo soggetto a cavallo tra individuo e organizzazione concentra potenzialmente in una dimensione personale tutte le funzioni di un'impresa produttrice – ricerca e sviluppo, proget

materializzare tu
struttura ibrida
numero di esem
la qualità e il suc
i casi della produ
musicali (e Noah
que ex est eium
conseguenza del
plurare come que
ad offrire un qu
pensate cioè per
vantaggi sociali.
devono sapersi c

collaborazione rende più agevole portare a compimento determinati obiettivi condivisi e la condivisione può sopperire ad eventuali carenze individuali ed è insita nei geni di tutti gli animali sociali: collaborano insieme per realizzare ciò che non riuscirebbero a fare da soli. Questo fenomeno, come analizzato da Sennett, viene vista come un'arte e come un mestiere, che richiede alle persone abilità di comprendere e rispondere emotivamente agli altri allo scopo di agire insieme. Gli scambi collaborativi si presentano in molte forme, talvolta la collaborazione può combinarsi con la competitività, il che non deve implicare necessariamente un'accezione negativa al processo, ma porre in evidenza le differenze, non suscitando confronto invidioso, ma divenendo contributo base se sussiste un interesse comune e un legame emotivo che spinge all'azione. Con un approccio urbano verticale, top-down, un progetto, un'iniziativa, un evento nasce dalla visione dell'amministrazione, o comunque da enti di grande natura economica-finanziaria portatori di ingenti risorse e capitali, dove la comunità non ha la possibilità di esprimere la propria opinione o di collaborare al suo sviluppo progettuale. A differenza

PROSUMERS

Espressione, coniata da Alvin Toffler nel libro The third wave (1980): è una crasi dei termini producer e consumer che indica un consumatore che è a sua volta produttore o, nell'atto stesso che consuma, contribuisce alla produzione.

COMMONS COLLABORATIVI

Un modello economico basato su di un insieme di pratiche di scambio e condivisione siano questi beni materiali, servizi o conoscenze

sociali. Il passaggio da una "responsabilità singola e/o individuale" ad una "responsabilità collettiva" ha l'obiettivo di accompagnare le istituzioni e le organizzazioni (pubbliche e private; profit e non profit) in un percorso di costruzione condivisa dove le giuste istanze economiche vanno coniugate con le attenzioni sociali e ambientali nell'ottica di uno sviluppo sostenibile. Le attività culturali e sociali devono essere il motore proprio della rigenerazione urbana perché sono interventi che spesso agiscono su contesti in cui le grandi economie faticano ad arrivare e a decollare. Quindi il lavoro di connessione e di intreccio del tessuto sociale, avviando pratiche e azioni leggere, risultano i metodi più veloci per agire nell'immediato e sul reale, senza dover aspettare i mastodontici tempi della burocrazia e del reperimento di fondi finanziari per la "riqualifica" di una zona, di un quartiere o di un territorio, trascurando le possibili implicazioni di fenomeno

asa sul
riluppo
vivono
tro fra
entale,
a come
etismo
isi, per
itto ma
erventi
stile di
ne che
lazioni
nienze

1.3.0 Ambiti tematici

1.3.1 Design sistemico Open source City making

22 Landry, C., & Rainò, M. (2009). *City making: L'arte di fare la città*. Codice.

Il city making²² è quella disciplina ad alto tasso di adattabilità, resilienza e innovazione che caratterizza la pianificazione e progettazione territoriale e struttura la complessa fluidità di risorse, saperi, tradizioni e peculiarità del "sistema-città", proponendo un approccio al tema del "fare", nel suo valore assoluto, il cui spettro semantico varia dall'azione concreta di produzione di beni materiali per arrivare all'attivismo sociale, e sostenuto da un'etica che aiuti le città a divenire luoghi di solidarietà reale e di condivisione funzionale e quotidiana tra individui e tra gruppi.

23 Voce territorio in *Trecani.it*, consultato il 3 Aprile 2018

Partendo dalla natura non univoca del termine Territorio (*Territorium, possessore della terra*), se ne riporta qui di seguito le definizioni più inerenti alle tematiche in questione:

- In geografia, si intende la porzione di spazio terrestre che viene identificata per le sue particolarità fisiche o naturali e per le differenti qualità e quantità di antropizzazione.
- In urbanistica, è lo spazio geografico riguardante zone urbanizzate, agricole o naturali dove è possibile attuare la progettazione, la regolamentazione e lo sviluppo dell'ambiente costruito.
- In antropologia, si fa riferimento a un artefatto sociale derivato dai processi umani di territorializzazione e, quindi, a una realtà controllata e modificata dalle società.

Ed è su quest'ultima accezione in particolare che la disciplina del design deve andare ad intervenire, ossia sui processi che avvengono all'interno e come conseguenza del sempre più emergente binomio fra progettazione e territorio, ossia tutte quelle azioni che vengono attuate in un determinato tempo e in determinate circostanze per un determi-

nato luogo.

Il design che è emerso in questi ultimi due decenni si propone come un insieme di competenze socio-culturali, come cluster di soft e hard skills in una prospettiva ad ampio raggio, ma soprattutto come un approccio nuovo, sia dal punto di vista metodologico che progettuale, e applicabile praticamente ad ogni ambito problematico.

Anche il ruolo del progettista si sta progressivamente evolvendo in rapporto a questo quadro e di conseguenza viene spontaneo il parallelismo con il metodo "Futurecraft", sviluppato negli anni dal Senseable City Lab del Massachusetts Institute of Technology (MIT), diretto da Carlo Ratti, ed esplicitato nel suo ultimo libro "La città di domani, come le reti stanno cambiando il futuro urbano".²⁴

"Proponiamo di utilizzare il design - nell'accezione anglosassone di "progetto" - come esplorazione sistematica e seme di possibili futuri. Il nostro obiettivo non è ritrarre un ipotetico domani ma applicare un metodo che chiamiamo "futurecraft", l'arte di costruire il futuro: ipotizziamo scenari prossimi, esaminandone conseguenze ed esigenze e condividendone gli esiti, per consentire uno scambio di idee e aprire un dibattito pubblico"²⁴

Carlo Ratti

Sostanzialmente questo metodo non vuole né correggere il presente né predire il futuro bensì influenzarlo positivamente, insinuando nella mente collettiva un nuovo concetto che, al di là dell'essere concretizzato o meno, aprirà strade futuribili e certamente creerà un determinato impatto.

Una volta definita la sceneggiatura (futurecraft) e scelto lo sceneggiatore (designer), non resta che stabilire e definire il palcoscenico (territorio), intenso come "milieu".²⁵

Questo concetto, che ha origine dalla geografia, definisce il territorio come l'insieme di condizioni naturali e socio-culturali sedimentate nel corso della storia e che diventano patrimonio collettivo e caratteristiche fondative dell'identità di un luogo. Un milieu, però, è anche potenzialità inespressa del territorio da cui, evidentemente, il progetto di design può recepire istanze trasformative e di sviluppo (Governa, 1999; Magnaghi, 2000).

24 Ratti, C., & Claudel, M. (2017). *La città di domani: Come le reti stanno cambiando il futuro urbano*. Einaudi.

25 Governa, F. (1997). *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo* (pp. 5-206). FrancoAngeli.

1.3.0 Ambiti tematici

1.3.2 Networks Fabbricazione digitale Innovazione sociale

Perchè c'è bisogno di innovazione sociale?

In primo luogo, vi è la necessità di superare e sopperire alla carenza, alla frammentazione e in alcuni casi alla mancanza assoluta, di risorse, sia di natura economica che di natura materiale, un fenomeno sempre più diffuso e distribuito a livello globale.

È un fatto assodato che le aree di bisogno, nei più svariati campi, stanno interessando e rendendo vulnerabili ranges di popolazione sempre più ampie e non solo legate a situazioni di estrema povertà.

La crisi infatti ha colpito persone che non avevano mai avuto bisogno di un sostegno, mettendo in evidenza la necessità di sviluppare nuovi strumenti, ma allo stesso tempo ha rilevato l'importanza di ottimizzare e di rimodulare strategie in essere.

Entreremo in una nuova era, come la definisce Rifkin, la terza rivoluzione industriale, che è universale, come si può leggere in uno studio condotto dalla Nielsen²⁶ in oltre quaranta nazioni dove sono state fatte ricerche attraverso centinaia di interviste sulla propensione a scambiarsi la casa piuttosto che la macchina rispetto al desiderio di possederli.

Oggi, la sharing economy è un fenomeno affermato negli Stati Uniti e in Europa, ma la grande sorpresa che viene dallo studio Nielsen è l'entusiasmo che si coglie nei paesi dell'Asia e del Pacifico. Al primo posto con il 93% di approccio favorevole verso l'economia dello scambio è la Cina (Rifkin, 2015).

"Da un momento all'altro dovremmo scegliere cosa e quanto condividere con il nostro vicino. Da un momento all'altro dovremmo definire con precisione qual è la nostra comunità, per poi preoccuparci di avere e mantenere un'ottima reputazione all'interno di essa, perché la reputazione diventerà il nuovo capitale" (Rachel Botsman: il consumo collaborativo, TEDxSidney, 2010).²⁷

26 <https://www.nielsen.com/it/it/insights/article/2018/the-sharing-economy-becomes-an-adult/>

27 Botsman, R., il consumo collaborativo, TEDxSidney, 2010 e Botsman, R., (2017). Di chi possiamo fidarci? come la tecnologia ci ha uniti e perché potrebbe dividerci. Milano: Hoepli.

L'innovazione sociale²⁸ è intesa come quell'insieme multidisciplinare di pratiche, strategie e processi organizzati in modo da rispondere ad una o più necessità sociali, per accrescere e rafforzare la società civile ed il tessuto urbano, ormai frammentato in micro-realtà spesso individualistiche. In questo contesto la produzione sostenibile rientra all'interno della micro-dimensione comunitaria, con particolare riferimento al fenomeno del digital manufacturing, del nuovo artigianato e della nascita di centinaia di micro-laboratori partecipati su tutto il territorio, nazionale e non, che diventano veri e propri hub dell'innovazione.

Il termine 'hub' trova diverse definizioni anche nelle discipline di stampo umanistiche e sociali; infatti uno tra i primi a focalizzare il proprio lavoro di ricerca sulle interazioni sociali fu Georg Simmel, che può essere considerato uno dei padri della sociologia moderna, insieme a Weber e Durkheim.

Il concetto cardine del suo pensiero è l'interazione, la Wechselwirkung²⁹: la società è caratterizzata dall'incessante interazione dei suoi elementi individuali; i rapporti sociali la definiscono e formano una "nuova entità", non derivante semplicemente dalla somma delle parti.

Quindi questi luoghi di fabbricazione digitale, di sperimentazione e di ricerca vengono considerati in quanto nodi di una rete che negli ultimi anni si è espansa fino a collegare realtà molto lontane tra loro dal punto di vista geografico, che però compongono reti delle reti globali, che in alcuni casi si contaminano alla filiera produttiva locale per via della società contemporanea, iperglobalizzata e iperconnessa.

In conseguenza a questo fenomeno urbano si sono venute a formare pratiche trasversali a questa modalità come la produzione distribuita³⁰, di micro-produzione, di auto-produzione, di riuso ed upcycling con l'intento di sensibilizzare e veicolare queste tematiche ad un pubblico più vasto possibile, promuovendo processi di rigenerazione urbana e sociale dal basso, e proponendo stili di vita sostenibili, secondo i principi del learning-by-doing.

28 Avanzi. Sostenibilità per azioni, (2013). <https://www.avanzi.org/coesione-sociale/glossario-futur>

29 Simmel, G. (1998). *Le metropoli e la vita dello spirito*. Armando editore.

30 Maffei, S., & Bianchini, M. (2015). *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*.

1.3.0 Ambiti tematici

1.3.3 Identità

Creazione valore socio-economico Nuovi modelli

Siamo nel mezzo di un processo storico gigantesco di trasformazione dell'economia, in un cambio di paradigma dell'intera società e dei suoi modi di produzione materiale e immateriale.

Una trasformazione tecnologica e di attitudine che apre numerose possibilità di produzioni a "costi marginali" sempre più vicini allo zero anche di molti altri prodotti e servizi e quindi in grado di mettere in discussione il fondamento stesso del capitalismo, ciò che Schumpeter³¹, con la teoria della distruzione creativa, aveva profetizzato prima e durante gli anni del boom economico.

In questo quadro, si inseriscono le teorie della pedagogia delle catastrofi e della decrescita³² di cui Latouche è il "padre putativo", per cui una crisi può essere un'opportunità per riacquistare consapevolezza delle proprie risorse e dei propri limiti, definendoli come fondamenti e valori perimetrali e perimetrabili piuttosto che come vincoli.

Per questo motivo è estremamente importante in questo periodo storico riappropriarsi del concetto di ethos hegeliano³³, ovvero la percezione del far parte di una comunità e di una moralità sociale, dove avviene la realizzazione del bene attraverso forme istituzionali come la società civile per far fronte alle problematiche urbane odierne.

I processi umani, economici, etnici e ambientali che si manifestano nei centri urbani sfuggono sistematicamente a piani e progetti, a mappe e logiche immobiliari, infatti mai come oggi, la democrazia si gioca nello spazio pubblico, nelle strade, sui marciapiedi.

Urbanistica e pianificazione sono invece ancora prigioniere di una visione anni '80, che

Secondo Schumpeter, la "burrasca di distruzione creativa" descrive il "processo di mutazione industriale che rivoluziona incessantemente la struttura economica dall'interno, distruggendo senza sosta quella vecchia e creando sempre una nuova"

31 Schumpeter, J. A. (2010). *Il capitalismo può sopravvivere?: La distruzione creatrice e il futuro dell'economia globale*. Etas.

32 Latouche, S. (2016). *La decrescita prima della decrescita: Precursori e compagni di strada*. Bollati Boringhieri.

33 Enciclopedia delle scienze filosofiche in compendio, Laterza, Bari, 1975, pagg. 743-745)

mitizza la passività a scapito delle esigenze e tendenze del reale. Quello che serve oggi, argomenta La Cecla³⁴, è nuova scienza delle città, capace di garantire una vita dignitosa e decorosa per tutti, concetto alla base della corrente di pensiero di decrescita a livello locale ponendo l'attenzione su come sviluppare politiche che promuovano questa tendenza.

In questa prima parte del lavoro di ricerca si analizzeranno criticamente, le diverse correnti di pensiero a riguardo di queste tematiche: dalle teorie lynchiane³⁵ sull'immagine della città, che aprivano le porte ad una nuova visione dell'urbanistica, ormai più di cinquanta anni fa, alle opinioni sulle Smart Cities, modello mainstream su cui le amministrazioni di tutto il mondo cavalcano i trend per il compiacimento dei propri cittadini.

Alla base di questa transizione stanno infatti le reti, che sono a integrazione 'laterale' e che permettono di abbattere in misura determinante sia i costi di produzione che quelli di distribuzione. Si arriva quindi a definire le caratteristiche di questo mondo postcapitalistico, retto da un'economia in cui "i costi marginali per la produzione, l'archiviazione e la condivisione di comunicazioni ed energia, nonché quelli di un numero sempre maggiore di prodotti e servizi, tendono allo zero".³⁷

In questi tempi, nelle realtà urbane vi è una diffusa e progressiva individualizzazione,³⁸ fatta di solitudini connesse. In Italia il settore del sociale esiste da sempre, sia a livello statale con il sistema di welfare nazionale (primo settore) sia quello che è identificato come "terzo settore" che si compone di soggetti or-

34 Cecla, F. L. (2015). *Contro l'urbanistica. La cultura delle città*. Einaudi.

35 Lynch, K., & Ceccarelli, P. (2013). *L'immagine della città*. Venezia: Marsilio

37 Rifkin, J. (2014). *La società a costo marginale zero. L'internet delle cose, l'ascesa del «commons» collaborativo e l'eclissi del capitalismo*, p.91. (L. Vanni, Trad.). Mondadori.

38 Bianchetti, C. (2012). *Individualizzazione e condivisione nella città*. Crios, 2(2), 19-0.

L'importanza del terzo settore per lo sviluppo del 'capitale sociale', ossia di beni immateriali quali la fiducia, lo spirito civico, la solidarietà, le buone norme e la propensione alla vita associativa, la cui presenza incide positivamente sui processi di sviluppo economico, specie su scala locale. Su questa linea S. Zamagni (1996) interpreta l'emersione del terzo settore come un progetto di 'economia civile' capace di incoraggiare quei processi di 'reciprocità istituzionale' necessari alla promozione del 'coordinamento orizzontale' della società. Come avviene a livello microeconomico nel distretto industriale, l'attivazione da parte del terzo settore di reti di scambio informali promosse su base gratuita e volontaria viene letta, a livello macrosistemico, come il primum movens nella generazione di quelle 'esternalità di rete' promotrici di crescita endogena per l'intero sistema economico.

ganizzativi di natura privata e non che, senza scopo di lucro, perseguono finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale promuovendo e realizzando attività di interesse generale mediante forme di azione volontaria e gratuita o di mutualità o di produzione e scambio di beni e servizi.

Però dall'inizio del nuovo millennio, per una serie di ragioni e variazioni socio culturali diversi gruppi di persone, non necessariamente legati agli ambiti precedentemente descritti hanno cominciato raggrupparsi spontaneamente secondo quelle che non sono propriamente definibili come profili di persone sconnesse con il proprio contesto, che trascende da questioni ideologiche, politiche o di classe, ma semplicemente che li porta a fare comunità o a organizzarsi informalmente in modo da affrontare dei temi, dei problemi o delle opportunità mettendo insieme competenze e risorse in maniera diversa e, per certi versi radicalmente diversa dalle sopracitate situazioni.

Questi esempi possono essere:

- Cohousing e neighbourhood care, l'abitare collaborativo, abitazioni private corredate da spazi e servizi comuni, progettati e realizzati dai loro futuri abitanti. Combinano l'autonomia dell'abitazione privata con i vantaggi di servizi, risorse e spazi condivisi (ad esempio: lavanderia, micronido, laboratorio per il fai da te, stanze per gli ospiti, orti e giardini, sala delle feste con cucina professionale, palestra, piscina, internet caffè, spazi di coworking, ecc..) con benefici dal punto di vista sia sociale, sia economico, sia ambientale.³⁹
- Fablabs e il movimento dei maker che in qualche maniera, e anche con delle ingenuità, ha però rimesso in discussione come si possono produrre gli oggetti e soprattutto focalizzato l'attenzione sul processo di produzione.⁴⁰
- Micronurseries e time bank, la questione della cura e l'azione di sistemi di cura relazionali basati sulla cooperazione e sulla collaborazione, che quindi introducono degli elementi relazionali non solo basati sul rapporto servito-servitore ma sono diverse forme di relazione per diverse forme di economia.⁴¹

39 www.newurbanbody.it

40 www.makersinquiry.org

41 www.regione.liguria.it/component/publiccompetitions/publiccompetition/1982-maggiordomo-di-quartiere-2019.html?view=publiccompetition&id=1982:maggiordomo-di-quartiere-2019&Itemid=188

- Food coops e farmers market, con tutto il tema della coltivazione e del cibo, forse quello che si è sviluppato di più e in maniera più visibile in cui questa innovazione sociale si palesa a livello planetario, come una moltitudine di esperienze, non più come piccole isole, ma come forte rivendicazione del fatto che non c'è solo un modo di immaginarsi il futuro agricolo-alimentare.⁴²
- Un'altra tipologia di accoglienza, che magari non avrà avuto purtroppo grande successo dal punto di vista generale, che però vede e ha visto una serie di iniziative sistematiche. La più nota è Riace,⁴³ ma esistono altre numerose situazioni che mostrano come si può inventarsi modi di integrare, in modo positivo, i residenti stabili con quelli che sono transitori.
- Car pooling, dove si condivide lo spostamento con la stessa auto. Non si tratta di autisti professionisti, ma di utenti privati che condividono il tragitto casa-scuola, casa-lavoro o il percorso verso un evento. Chi offre il passaggio riceve un rimborso spese da chi lo richiede. Oltre a BlaBlaCar, in Italia esistono alcuni esempi di aziende innovative come la StartUp Clacson, che propone alcune realtà di car-pooling a breve percorrenza.
- Social streets, con l'obiettivo di far socializzare persone che vivono vicine al fine di instaurare un legame, condividere necessità, scambiare professionalità, conoscenze, portare avanti progetti collettivi di interesse comune e trarre tutti i benefici derivanti da una maggiore interazione sociale. NoLo,⁴⁴ a Milano, è un esempio paradigmatico.

42 www.ortoduepuntozero.com

43 Martinello, L. (2017). *L'accoglienza dolce Il modello del Comune di Riace e l'utopia della normalità: un welfare generativo è possibile?* (Bachelor's thesis, Università Ca' Foscari Venezia).

44 www.icondesign.it/storytelling/beppe-sala

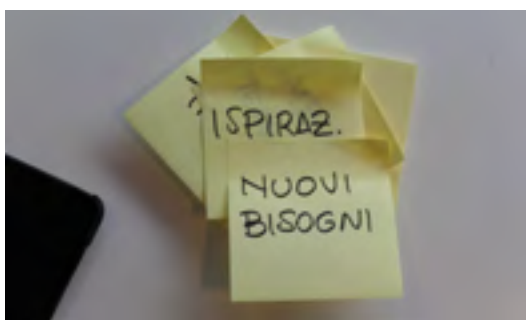
Categorizzando tutte queste visioni insieme viene fuori uno scenario per una diversa civilizzazione, e il risultato che ne deriva sono le reti collaborative, un concetto di collaborazione che è in stridente e radicale contrasto con mono-logica neoliberale imperante. Le persone, così facendo, contrattano la loro individualità personale per mettersi d'accordo con gli altri attraverso un atteggiamento eversivo rispetto ai canoni individualistici che il nostro tempo ci ha fatto conoscere.

1.4.0 Strumenti

1.4.1 Mappe

Il primo strumento di ricerca che si è utilizzato è quello delle mappe, mentali e concettuali per poter scorporare le ipotesi di ricerca ma anche e soprattutto nella fase di sperimentazione partecipata in ambito applicativo.

La mappatura cognitiva è un metodo di mappatura utilizzato per creare una rappresentazione visiva di un processo di sviluppo del modello mentale di una persona, ma nella fattispecie di un gruppo di persone.



Durante la ricerca e nella fase di analisi è stato uno strumento utile a scomporre domande complesse e a stabilire priorità aggiungendo chiarezza a concetti astratti. L'idea della mappa cognitiva nasce dal lavoro dello psicologo Edward Tolman.⁴⁵

⁴⁵ Tolman, E. C. (1948). Cognitive maps in rats and men. *Psychological review*, 55(4), 189.

Le mappe cognitive sono il termine ombrello per tutte le rappresentazioni visive di modelli mentali e ne esistono diverse declinazioni, ma sono due quelle utilizzate durante il lavoro di ricerca.

Le mappe mentali e quelle concettuali, che hanno scopi diversi:

- le mappe mentali consentono di strutturare rapidamente un testo e mostrarne la struttura graficamente. Durante la ricognizione sullo stato dell'arte della situazione dell'ambito di ricerca sono state fondamentali a definire le linee guida per il prosieguito e l'avanzamento del lavoro a livello teorico.
- Le mappe concettuali, invece, consentono di "riflettere", approfonditamente e lentamente, sui concetti espressi in un testo, cercando correlazioni tra concetti noti e concetti ignoti, cioè di avviare un processo di apprendimento significativo follow up.

L'epistemologo Joseph D. Novak e lo psicologo D. Bob Gowin hanno espresso chiaramente il loro pensiero riguardo all'apprendimento nel libro "Imparando a imparare"⁴⁶ (p.35):

⁴⁶ Novak, J. D., & Gowin, D. B. (2001). *Imparando a imparare*. Sei.

L'apprendimento è un'attività che non può essere condivisa; è piuttosto una responsabilità che l'individuo deve assumersi. I significati dati alla realtà, invece, possono essere messi in comune, confrontati, concordati. Quando le mappe concettuali vengono costruite da gruppi di utenti svolgono un'utile funzione sociale e stimolano la discussione.

Joseph Novak

Le mappe concettuali sono dunque uno strumento per organizzare la conoscenza e per favorire l'apprendimento, la cui struttura è sintetizzata dalle parole dello stesso Novak (pp.21-35)⁴⁶:

Definiamo il concetto di "regolarità", un insieme di caratteristiche costanti, riscontrata negli eventi o negli oggetti e designata con un nome. Le mappe concettuali dovrebbero servire a mettere in evidenza le connessioni di significato tra i concetti che formano le proposizioni. Il termine proposizione identifica un'unità semantica in cui due o più concetti sono legati tra loro da parole. Costruire mappe concettuali è un'espediente per schematizzare un insieme di significati nascosti dentro una rete di proposizioni.



Joseph Novak

47 Arcidiacono, C. (2008). *Ricerca-azione partecipata [PAR] e cooperative inquiry: esperienze a confronto. La ricerca-intervento. Prospettive, ambiti, applicazioni*, 1, 217-238.

La ricerca sull'azione partecipativa (PAR)⁴⁷ è un metodo di ricerca collaborativa utilizzato per raccogliere informazioni da utilizzare per cambiamenti futuri e futuribili.

Nelle sessioni di mappatura cognitiva, quindi durante una sperimentazione sul campo, si chiede agli utenti di creare una mappa di un processo, partendo da un concetto, definendo il problema e condividendo i possibili scenari risolutivi.

Questa metodologia di ricerca esplorativa è basata sulla scoperta: le diverse discussioni e dibattiti che si vengono a creare mettono in luce argomentazioni nuove e in modo imprevedibile. Questo formato strutturato può aiutare a scoprire nuovi temi e intuizioni perché i partecipanti hanno la libertà di contribuire in modo naturale, attraverso una sorta di flusso di coscienza collettivo. Pertanto, i momenti di brainstorming vanno a beneficio della ricerca, ponendo le basi per un'ipotesi di modello ancora in evoluzione.

Queste attività dotano le persone interessate di uno strumento che le "potenzi", offrendo loro un ruolo primario e attivo verso il cambiamento. Nel contesto di UX, la mappatura cognitiva aiuta i partecipanti a scoprire nuove idee esternalizzando e visualizzando le loro conoscenze esistenti.

Ad esempio nella fase di sperimentazione della ricerca, quando abbiamo utilizzato un approccio di mappatura cognitiva per la ricerca sulle operazioni di progettazione, diversi partecipanti hanno ritenuto che le sessioni chiarissero la loro comprensione dell'argomento.

Che in altre parole si rifà alla metodologia del Design Thinking⁴⁸ (sviluppata a Stanford e poi diffusasi rapidamente in USA, Canada e in gran parte d'Europa), che ha l'obiettivo di aumentare la capacità dei gruppi informali e delle organizzazioni, come aziende profit, no profit e/o pubbliche amministrazioni, a prendere decisioni efficaci in ambiti complessi e multidisciplinari, creando condivisione e "benessere" per tutti i suoi stakeholder, interni ed esterni.

Il design thinking, infatti, mette in discussione l'esistente⁴⁹ indicando altre strade per affrontarlo, producendo immagini e sistemi di senso al cui interno il tema possa effettivamente essere affrontato in modo positivo (design quindi come sensemaking, che "produce senso").

Le organizzazioni, soprattutto quelle prese come caso studio, oggi vivono una fase di cambiamento dovuto alle trasformazioni sociali da gestire. Devono in continuo rispondere al meglio ai bisogni delle persone inserite in un contesto sociale sempre più dinamico eterogeneo.

L'approccio che è stato utilizzato è quello del Community Centered Design.⁵⁰ Questo tipo di approccio parte dal presupposto che per ridisegnare un'esperienza (un servizio, un'organizzazione, una comunità di pratica, il volontariato, etc.) sia necessario mettere al centro l'utente e co-progettare il servizio insieme, personalizzarlo.

Così facendo l'attitudine laboratoriale dei diversi tavoli di lavoro e dei progetti portati avanti durante la sperimentazione, diventa uno spazio di prova per la creazione di momenti in cui i partecipanti possono agire liberamente e diversamente dal quotidiano, in cui l'attivazione dell'intelligenza collettiva e l'apertura possono aiutare ad innovare e a risolvere le sfide concrete sul territorio.

Attraverso l'attività laboratoriale saranno generate nuove mappe cognitive che aiuteranno i partecipanti a ridisegnare e migliorare le esperienze che offrono ai propri stakeholder, in un'ottica di miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia dei meccanismi di erogazione e prototipazione di nuove idee.

48 Brown, T., & Wyatt, J. (2010). *Design thinking for social innovation. Development Outreach*, 12(1), 29-43.

48 Rizzo, F., Deserti, A., & Cobanli, O. (2017). *Introducing Design Thinking in Social Innovation and in Public Sector: A design-based learning framework*.

49 Simon, H. A. (1988). *Le scienze dell'artificiale. Il mulino*.

50 Cantu, D., Corubolo, M., & Simeone, G. (2013, October). *A Community Centered Design approach to developing service prototypes. In ServDes. 2012 Conference Proceedings Co-Creating Services; The 3rd Service Design and Service Innovation Conference; 8-10 February; Espoo; Finland (No. 067, pp. 65-70). Linköping University Electronic Press*.

1.4.0 Strumenti

1.4.2 Framework

51 Müller, R. M., & Thoring, K. (2012). *Design thinking vs. lean startup: A comparison of two user-driven innovation strategies. Leading through design*, 151, 91-106.

Secondo quanto detto nel precedente paragrafo, il design thinking è una metodologia mirata ad aumentare la capacità di pensiero integrato,⁵¹ finalizzato a fornire un'esperienza soddisfacente attraverso la partecipazione di diverse figure e profili. Questo è un processo che attraversa le seguenti fasi:

- Understand
- Observe
- Point of view
- Ideate
- Prototype
- Test.

Si tratta, quindi, di un processo basato sulla comprensione e l'osservazione dei fatti e dei punti di vista di ognuno, per poi procedere con l'ideazione e la costruzione di un prototipo da testare.

52 Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation (Revised and updated edition)*. HarperBusiness, an imprint of HarperCollinsPublishers.

Questo approccio, nato ormai anni fa, grazie a Tim Brown, CEO di IDEO e autore di "Change by Design"⁵² è entrato nella dimensione di impresa, anche ad alti livelli; le grandi multinazionali, come ad esempio Google e/o Apple hanno interi reparti e uffici dedicati esclusivamente a innescare processi e innovare strategie attraverso il design thinking.

Sempre nel mondo delle aziende, si sta facendo strada un altro approccio ideato da Eric Reis, autore di "The Lean Startup"⁵³ e del relativo metodo lean thinking che invece, può essere rappresentato come un modello circolare, nel quale le tre fasi fondamentali sono:

- Build
- Measure
- Learn

Nel modello di Reis, infatti, il fine ultimo è quello di imparare ciò che i clienti vogliono realmente dal prodotto, basandosi su fatti reali, e non ciò che dicono di volere o che l'azienda pensa possano volere.

Il processo circolare del Lean Startup, quindi, passa dall'idea alla costruzione di un prodotto, prosegue con la misurazione dei risultati ottenuti sul mercato (raccolta dati) e infine con la fase di comprensione (learn), per poi ripartire da una nuova concezione dell'idea basata sulla conoscenza dei dati.

Questi approcci hanno preso piede all'interno delle aziende, e condividono alcuni punti in comune utili lungo tutto il processo e il ciclo di vita di un'idea fino arrivare allo sviluppo di un prototipo e all'individuazione di un modello sostenibile, ma basandosi sulle definizioni, a prima vista i due modelli sembrano totalmente differenti: sia per il modo in cui rappresentano il processo produttivo, sia per le attività che compongono tale processo.

Stiamo imparando a non pensare ai sostantivi ("come potremmo progettare una migliore macchina automatica per il voto?") ma ai verbi: "quale potrebbe essere un modo per migliorare l'esperienza democratica?"

Tim Brown

Mentre il Design Thinking può essere visto come un processo per trovare soluzioni creative a problemi complessi e specifici per le esigenze dei clienti, l'approccio Lean thinking è una sorta di framework da utilizzare per startup, un'impresa o una multinazionale che abbiano intenzione di sviluppare un'idea o una vision già esistente, per la quale sia già stata identificata una nicchia di mercato.⁵⁴

Integrare queste due tipologie di processo è utile a consolidare le basi per lo sviluppo di un'attività, sfruttando i principi del design thinking nella prima fase di creazione di un'idea, quindi dove la creatività e il pensiero laterale sono fondanti e fondamentali soprattutto per la natura stessa del metodo, votato alla creazione di empatia con quelli che sono i cosiddetti customer needs⁵⁵ questo approccio si collega molto bene con quelli che sono poi i principi dell'approccio lean startup, infatti ciò che hanno in comune queste due metodologie è una forte interazione con il cliente, un principio di continua interazione per testare le ipotesi del modello di business fino a creare poi

54 Müller, R. M., & Thoring, K. (2012). *Design thinking vs. lean startup: A comparison of two user-driven innovation strategies. Leading through design*, 151, 91-106.

55 www.fortuneita.com/2019/11/18/come-cambiare-il-mondo-con-il-design-thinking/

una soluzione che sia validata direttamente dal mercato. Trascendendo il mondo delle aziende e calando l'integrazione di queste metodologie in un contesto socio-culturale urbano, bisogna pensare ad ogni processo innovativo come ad una serie continua di test ed esperimenti, finalizzati a comprendere ed imparare dal contesto per modificare i presupposti iniziali, modellando l'indotto su uno specifico target di persone.

In tal senso, dall'approccio lean startup occorre prendere il processo di iterazione veloce e gli anelli di retroazione, legando il tutto alle valutazioni metric-based. Tutto ciò va poi collegato ai metodi di ricerca qualitativa utilizzati nel Design Thinking, per comprendere meglio come personalizzare il need, sulla base delle esigenze.

Un approccio del genere va visto non come un processo di step consecutivi da seguire, bensì come un framework, un quadro di riferimento, all'interno del quale ogni iniziativa, progetto o attività progredisce in base alle peculiarità dello stesso, con la consapevolezza a priori della possibilità di successo o di fallimento.

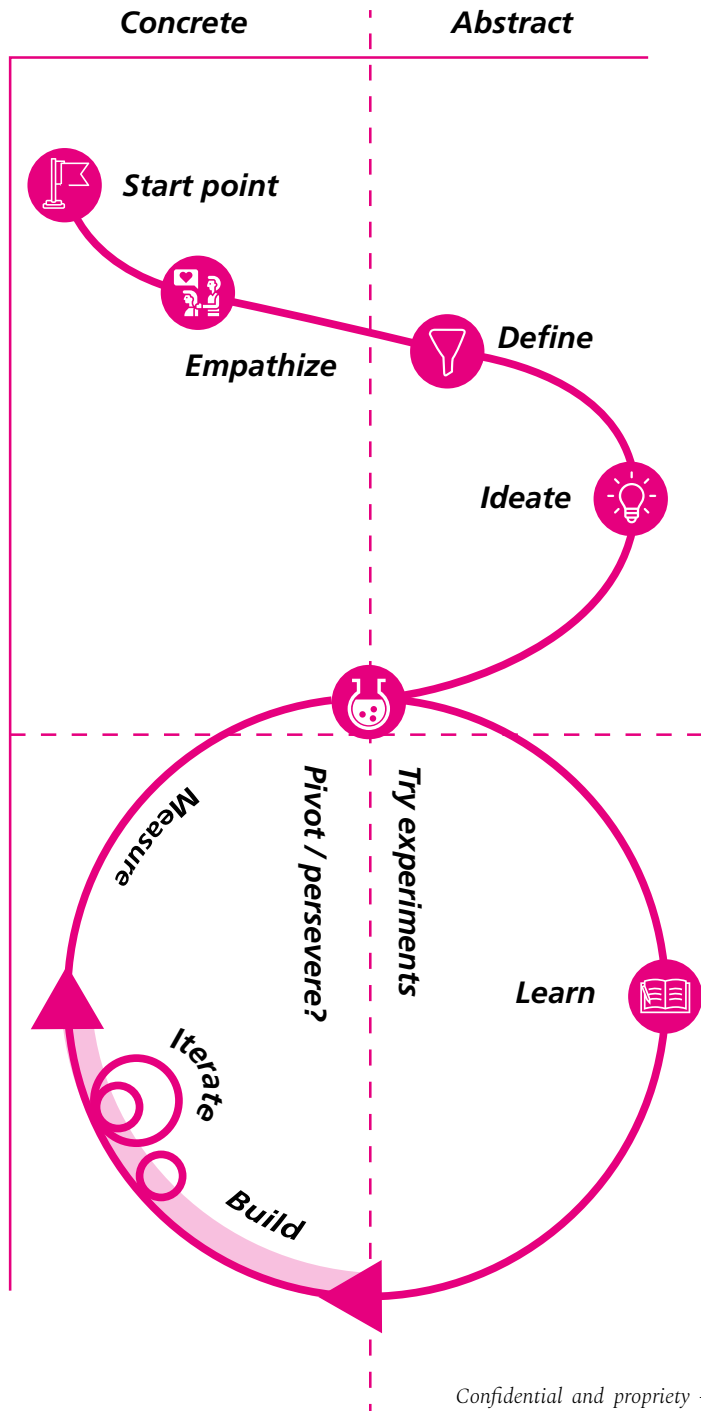
"Per ottenere un cambiamento è necessario sbloccare l'immaginazione delle persone e applicarla a tutti i settori della vita in microscala. La progettazione critica, generando alternative, è in grado di aiutare le persone a creare bussole, invece di mappe, per navigare attraverso nuovi sistemi di valori"⁵⁵

Anthony Dunne e Fiona Raby

55 Speculative everything. Design, Fiction and Social Dreaming, MIT PRESS, Cambridge, 2013

DESIGN THINKING

LEAN STARTUP



Confidential and propriety - 2016 © - Gartner Inc.

1.4.0 Strumenti

1.4.3 Toolbox

Le persone nella loro unicità possono essere raggruppate in cluster, in raggruppamenti tipologici, che includono modelli di comportamenti tipici e ricorrenti.

L'attenta ricerca di questi raggruppamenti avviene attraverso dati oggettivi statistici, ma soprattutto attraverso dati soggettivi ricavati da interviste e permette la creazione di una serie di gruppi di utenti-tipo utili nella progettazione.⁵⁶ Ogni gruppo è rappresentato da una *personas* di cui assume gli attributi: dalle caratteristiche socio-demografiche, ai bisogni, ai problemi, alle aspirazioni, agli obiettivi, alle abitudini e allo stile di vita. La *personas* è l'archetipo del gruppo che rappresenta, attraverso la quale il progettista può coprire le esigenze della maggior parte degli utenti afferenti a quel cluster.

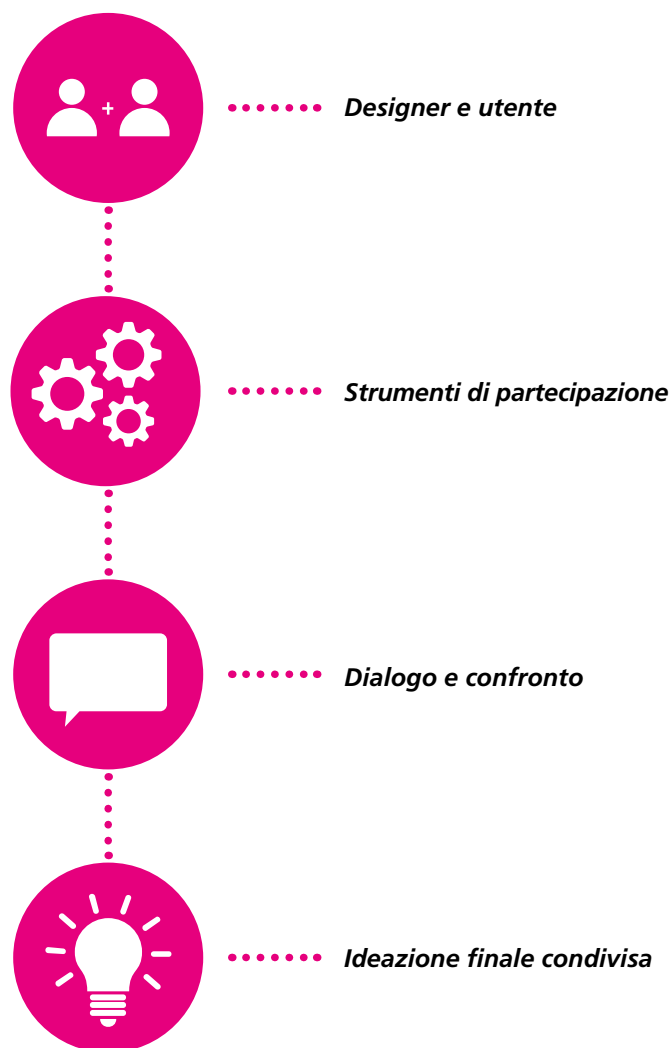
Dopo aver individuato questo primo strumento, è necessario visualizzare e concettualizzare le diverse specificità del contesto analizzato attraverso una mappa di comunità, risorsa progettuale che presenta le seguenti caratteristiche:

- di interdisciplinarietà, in quanto utilizza oltre alla disciplina del design, approcci etnografici, antropologici, interculturali ed educativi;
- di conoscenza del patrimonio culturale, grazie all'acquisizione del sapere della tradizione trasmettere conoscenza e promuovere valori e atteggiamenti di condivisione e protezione nella costruzione di uno scenario futuro;
- di coinvolgimento propositivo degli utenti attraverso lo sviluppo di un pensiero critico e della ricerca di soluzioni ai bisogni;
- di sviluppo delle risorse locali in una prospettiva locale.

La mappa di comunità⁵⁷ rappresenta l'identità e il senso di appartenenza ad un luogo specifico da parte degli abitanti.

57 Filippi, F., & Benelli, E. *Service Design. Un servizio per la comunità in Atti di convegno di UrbanPromo 2019*

56 Olivastrì, C., (2018), *Servizi su misura*, p. 251-257, in *Design su Misura*, Atti dell'Assemblea annuale della Società Italiana di Design 2017. http://www.societaitalianadesign.it/?page_id=164



Questa ipotesi si basa sulla capacità della mappa d'innescare processi di valorizzazione sostenibili grazie alla sua natura partecipativa e di co-produzione.

Una volta, definita una determinata strategia d'azione⁵⁸ per un determinato contesto, è necessario fare un upgrade nella strutturazione progettuale, ovvero uno spostamento di focus dalla centralità della soluzione a quella della valutazione, dove proprio quest'ultima può diventare l'elemento che fornisce le evidenze necessarie ad individuare in maniera più efficiente le sfide da mettere al centro di azioni future.

La produzione effettiva di evidenze ed esperimenti in grado di testare nuovi approcci alla risoluzione di problemi pubblici è uno degli elementi più interessanti per aggiornare l'attuale processo di decision making, rendendolo più progettuale e pragmatico.

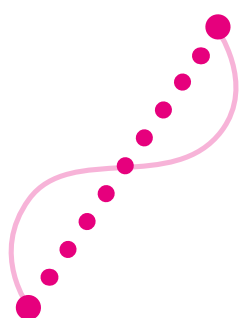
58 Mortati, M., B. Villari, Maffei, S. (2016). *Le politiche per il design e il design per le politiche: dal focus sulla soluzione alla centralità della valutazione*. Santarcangelo di Romagna: Maggioli, p. 74 - 83.

1.4.0 Strumenti

1.4.4 Euristiche

euristico agg. [der. del gr. *εὕρισκω* «trovare, scoprire»] (pl. m. -ci). – Nel linguaggio scient., detto di ipotesi che viene assunta precipuamente come idea direttrice nella ricerca dei fatti, e del metodo stesso di ricerca così condotta: mezzo e., in senso lato, mezzo di ricerca. In partic., in matematica, procedimento e., qualsiasi procedimento non rigoroso (a carattere approssimativo, intuitivo, analogico, ecc.) che consente di prevedere o rendere plausibile un risultato, il quale in un secondo tempo dovrà essere controllato e convalidato per via rigorosa.

Definizione Treccani



59 Abbott, A. D., & Santoro, M. (2007). *I metodi della scoperta: Come trovare delle buone idee nelle scienze sociali*. ESBMO.

Partendo dal presupposto che vi sono problemi che costringono a pensare in modo diverso è necessario creare nuovi paradigmi di vivibilità, generando co-responsabilizzazione della comunità locale e andando ad individuare le problematicherie che il design può risolvere, non inteso come disciplina elitaria, ma come mezzo per la democratizzazione della cultura del progetto.

Il metodo euristico,⁵⁹ quindi, è l'insieme di strategie per far fronte ad determinato problema, o comunque, una questione da risolvere, attraverso una procedura di semplificazione per trovare una soluzione semplice ed accettabile nel minor tempo possibile.

Il poter utilizzare questo tipo di approccio in un contesto socio-urbano, però, implica una consapevolezza situazionale del contesto di riferimento, e perciò, prendendo in analisi e come caso studio una determinata condizione sociale, non è detto che la modellizzazione di determinate strategie possa essere ripetibile in altre realtà.

Sicuramente la sperimentazione operativa svolta durante il lavoro di ricerca è servita a mettere in risalto punti deboli e punti di forza di un progetto finalizzato alla creazione di una legacy continuativa sul territorio.

In quest'ottica l'euristica produce prestazioni non sempre accurate, ma non per questo meno razionali delle risposte teoriche che si dovrebbero ottenere sulla base di un modello normativo. Infatti, spesso gli individui forniscono risposte "abbastanza buone" proprio perché nell'ottica simoniana,⁶⁰ date certe circostanze, queste risposte sono il frutto del funzionamento naturale del sistema cognitivo.

Esistono tre tipi di euristiche (Newell e Simon, 1972):⁶¹

- centrata sulla semplificazione del problema che, attraverso una sua rappresentazione e simulazione con caratteristiche più elementari di quelle assunte in partenza, aiuta a valutare la correttezza di una probabile soluzione;
- centrata sulla semplificazione a ritroso, che partendo dalla soluzione ideale desiderata, ripercorre le tappe, fino a riformulare il vero problema di partenza. Questo metodo è particolarmente utile quando il problema è difficilmente identificabile e definibile;
- centrata sull'analisi mezzi-fini che comporta la suddivisione del problema iniziale in sotto problemi, cioè unità più semplici e più facilmente analizzabili. Il vantaggio di quest'euristica è di poter affrontare anche problemi che presentano una certa complessità.

Le euristiche sono anche procedure flessibili in quanto, pur basandosi sui meccanismi generali di funzionamento della mente, si modulano secondo il compito richiesto. L'approccio basato sugli errori sistematici ha prodotto risultati che consentono di comprendere come effettivamente gli individui giungono ad emettere un giudizio.

60 Cavallin, F. (2015). *Creatività, pensiero creativo e metodo*. Libreriauniversitaria.it Edizioni. (pag. 90)

61 Castelli, L. (2014). *Psicologia sociale cognitiva: un'introduzione*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Legacy: l'eredità materiale (infrastrutture urbane e tecnologiche, strutture architettoniche) e immateriale (diffusione di conoscenza, acquisizione di competenze gestionali e organizzative, nuove relazioni internazionali, ampliamento dei servizi offerti, miglioramento dell'immagine) per lo sviluppo territoriale sia in termini culturali che economici. Ricci, M. (2019). *LEGACY. Abitare la terra, XVIII*. <https://doi.org/10.36165/2845>

1.5.0 Antinomie

1.5.1 Modello VS antimodello

62 Alteri, L., Cirulli, A., & Raffini, L. (2019). L'innovazione sociale urbana tra sperimentazione e nuove forme di governance e disimpegno del welfare. *la rivista delle politiche sociali*, 1, 39-54.

63 De Leonardis O., (2011). *Dividing or Combining Citizens. The Politics of Active Citizenship in Italy*, in Newman J. e Tonkens E. (a cura di), *Responsibility and Choice Summoning the Active Citizen in Western European Welfare States*, Amsterdam University Press, Amsterdam.

La città assume il volto di un insieme di spazi e di servizi privati, gestiti secondo una logica di mercato che si riflette in una condizione di depoliticizzazione, ovvero nella loro sottrazione al conflitto e al confronto tra diversi modelli di gestione e di utilizzo,⁶² e in questo senso si parla di modello contro antimodello.

In un contesto in cui i diritti sociali finiscono per essere ridotti a merce, gli attori coinvolti nel welfare urbano, a partire dalle organizzazioni del terzo settore, vivono una trasformazione radicale nella quale i nuovi assetti di governance favoriscono uno scioglimento «dalla partecipazione politica al coinvolgimento civico» (De Leonardis, 2011, p. 128).⁶³

In generale, il termine governance fa riferimento ad un modello organizzativo e decisionale che vede la compresenza di una pluralità di attori e che riguarda specificamente la gestione delle risorse, tangibili e intangibili, locali e non, disponibili in un determinato ambito territoriale.

Caratteristica principale delle nuove modalità di regolazione si basa sulla ridefinizione del ruolo (centrale ma non più esclusivo) dei soggetti istituzionali che danno vita a prassi di governo radicalmente differenti rispetto al passato.

In questo senso, si definiscono le tre facce della medaglia rispetto ad una governance/amministrazione/res pubblica:

- POLITY: Definizione dell'identità e dei confini della comunità politica organizzata.
- POLITICS: L'insieme delle architetture del potere, dei processi e degli attori. Nonostante l'evidente differenza di contesto storico, politico e intellettuale, le argomentazioni di Max Weber in "La politica come professione",⁶⁴ rap-

64 Weber, M., Cacciari, M., & Tuccari, F. (2009). *La politica come professione*. A. Mondadori.

presentano un approccio alla questione estremamente contemporaneo: perché l'uomo politico possa esserlo sia eticamente sia legittimamente, egli deve "praticare" la politica non solo in modo non occasionale e estemporaneo, ma deve mostrare qualità e capacità che possono svilupparsi nel corso del tempo innestandosi su attitudini personali innate, quindi di professionisti a tempo pieno, collaborando con altri attori la cui identità non è unicamente politica, e provengono da altri ambienti: economici, culturali, sociali, ma comunque esperti e professionisti.

- POLICY: Decisioni, provvedimenti che interessano individui, gruppi o interi settori della società.

Accanto agli elementi (integrazione e partecipazione) i programmi europei mettono l'accento sulla necessità di costruire alleanze o coalizioni (partnerships) tra gli attori locali, al fine di mobilitare le risorse per lo sviluppo.

La Governance⁶⁵ territoriale può essere definita come un processo di coordinamento dei soggetti territoriali (istituzionali e non, pubblici e privati) e delle relative iniziative, finalizzato alla condivisione della visione di sviluppo del territorio, promuovendo l'elaborazione e la successiva attuazione di iniziative territoriali coerenti rispetto a tale visione di sviluppo. La governance territoriale così definita consente di porre l'attenzione sulla coerenza tra l'individuazione degli obiettivi di sviluppo locale e le capabilities di ciascun attore locale.

La governance può essere vista come un meccanismo in cui le azioni collettive emergono come il risultato di diversi gruppi di interesse in grado di stimolare una nuova coesione territoriale da cui gli attori del territorio possono trarre vantaggio attraverso il rafforzamento dell'identità locale.⁶⁵

65 Le Galès, P. (1998), "Regulation and Governance of European Cities", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 22, n. 3, 481-506.

65 Castells, M. (1995), *The power of Identity*, Blackwell, Oxford

1.5.0 Antinomie

1.5.2 Smart citizen VS senseable citizen

66 www.senseable.mit.edu

La terminologia utilizzata in dicotomia per i sottotitoli, deriva dal nome del centro di ricerca del Massachusetts Institute of Technology - il SenseAble City Laboratory⁶⁶ - il cui direttore è proprio Carlo Ratti. Da un lato abbiamo la definizione "Smart", ormai utilizzata già dai primi anni '90, che trascende la semplice definizione letteraria di "intelligente" e amplifica la semantica ad un qualcosa di più, un valore estrinseco alla mero intelletto, un *quid* di capacità e velocità di apprendimento e di risposta agli stimoli esterni, in un mondo in continua evoluzione, in cui essere veloci nel recepire i cambiamenti, adeguandosi alle nuove realtà, è la chiave per divenire e restare competitivi.

Invece la crasi dei termini "Sense" e "Able", determina con molta efficacia il significato della transizione necessaria alle città, che va oltre lo smart, quindi che rende capace e abilita la cittadinanza alla creazione di senso e significato delle proprie azioni, inteso come un up grade del termine "smart", in modo da cambiare i comportamenti in città e del cittadino, sensibilizzandolo e informandolo dei miglioramenti che tale attitudine potrebbe portare alla città ed alla comunità.

Questo è un nuovo paradigma della conoscenza basato sulla multidisciplinarietà nella progettazione, sulle funzioni di community, condivisione e di comunicazione offerte da Internet e dal digitale, sulla partecipazione cittadina al miglioramento della città, che favorisce la sinergia tra gli attori che agiscono nella città, migliorando la pianificazione e riducendo gli sprechi; avvicina amministrazione e cittadini attraverso una comunicazione efficace e valorizzare il contributo attivo degli abitanti.

Dal sito senseable.mit.edu: "The Lab is characterized by an interdisciplinary approach: it speaks the language of designers, planners, engineers, physicists, biologists and social scientists. Senseable is as fluent with industry partners as it is with metropolitan governments, individual citizens and disadvantaged communities. Through design and science, the Lab develops and deploys tools to learn about cities—so that cities can learn about us."

La società urbana in toto, così, viene incaricata di coordinare le attività cittadine, supportata e supportando l'amministrazione che interviene in diverse aree.

In questo scenario, anche l'Università, in quanto ente e stakeholder del territorio, deve uscire dal proprio recinto accademico e rispondere ai problemi, o comunque alle questioni che il territorio propone, in virtù del fatto che essa stessa è garante della formazione culturale e sociale delle nuove generazioni, che sarà il capitale umano della città del domani. «Trasformare l'aula scolastica in uno spazio senza soluzione di continuità con il mondo esterno, un luogo dove si dibattono problemi concreti, dove il sapere trova attuazione pratica» (Nussbaum, 2011).⁶⁶

66 Cognetti, F. (2013). *La third mission dell'università. Lo spazio di soglia tra città e accademia. Territorio.*

Essere smart è alimentarsi della differenza. In particolare le procedure operative che «accompagnano» le città per farle diventare smart «partono» dalle risorse, dai caratteri, dai luoghi e dalle vocazioni esistenti. Questo significa, in sintesi, che nascono «dal basso», intendendo per ciò che è basso non ciò che è inferiore ma ciò che è «basilare», quindi anche e soprattutto i cittadini.⁶⁷

Roberto Masiero

È fondamentale andare ad intervenire, non su un modello di simulazione della realtà, ma attuare azioni e pratiche sincroniche a quel dato momento, l'*hic et nunc* heideggeriano che riguarda sempre il momento in cui si agisce, l'esistere nello spazio sempre connesso con la temporalità, e non un'epistemologia, una visione scientifica che costruisce un modello, che solo dopo va ad intervenire in nome di una perfezione astratta nei confronti della realtà. Il tutto deve essere considerato come un processo,⁶⁷ che coinvolge attività da coordinare e da gestire, adottando logiche trasversali, che riguardano più dimensioni – dall'ambiente all'energia, dalla salute alla sicurezza – ma anche più attori – dalla Pubblica Amministrazione alle imprese ai cittadini.

67 R. Masiero, *Essere smart*, in A. Bonomi e R. Masiero, *Dalla smart city alla smart land*, Venezia, Marsilio, 2014, pp. 108-109, 112)

67 Centro Studi di Assolombarda nel rapporto «Smart Cities – Casi di studio»

Progetti, iniziative, servizi esistenti e futuri devono essere integrati e resi sinergici in una visione di lungo termine, declinata secondo le esigenze specifiche di un territorio.

1.5.0 Antinomie

1.5.3 Smart cities VS senseable cities

"Più che 'smart' city a noi piace usare l'aggettivo 'senseable', perché ha un doppio significato in inglese e sembra mettere più l'enfasi sulle persone che non sulla tecnologia: il risultato è una città che risponde meglio ai cittadini"⁶⁸

Carlo Ratti

68 Meeting per i 25 anni del Consorzio ERCIM (the European Research Consortium for Informatics and Mathematics), 2014

La politica comporta una serie di azioni svolte da attori individuali e/o collettivi più o meno specializzati, intraprese in uno specifico ambito territoriale e in una data comunità.

Oggigiorno, il termine smart è abusato e inflazionato, il che però non sminuisce il valore assoluto e intrinseco che tale aggettivo porta con sé, tale attitudine in campo urbano deve essere supportata da driver di governance e azioni mirate e strutturate sul territorio.

69 www.population.un.org

Secondo la ricerca⁶⁹ "World Urbanization Prospects" del Dipartimento di Economia e Affari sociali delle Nazioni Unite si prevede che nel 2050 il 68% della popolazione mondiale vivrà nelle aree urbanizzate del pianeta; e già oggi, in Europa, il 74% della popolazione vive in ambienti urbani e, nel 2050, tanto in Europa come in Italia, le aree urbane ospiteranno non meno dell'82% del totale dei loro abitanti.

Questo processo di inurbanimento comporterà una profonda trasformazione sociale e territoriale che avrà bisogno di essere gestita con una visione a lungo termine e con soluzioni in grado di soddisfare una rinnovata domanda in tema di abitazione, trasporti, energia, e servizi, che vanno dall'istruzione della popolazione più giovane alle tematiche legate alla silver economy.⁷⁰

Un fattore chiave per lo sviluppo delle città è la resilienza agli eventi super partes del nostro tempo come i cambiamenti sociali, culturali, demografici e ambientali che risiende, anche, nelle considerevoli opportunità offerte dai processi di transizione digitale.

70 Checcucci, P. (2019). Invecchiamento attivo e silver economy in Europa e in Italia.

La disponibilità di nuove risorse digitali permetterà di migliorare la raccolta e l'elaborazione di dati sempre più numerosi e complessi, utili per una pluralità di soggetti urbani,⁷¹ come aziende, amministrazioni locali, forze di polizia, ospedali, soccorritori e cittadini stessi, che dovranno trovare nuovi modi di interagire attraverso un processo di cambiamento collaborativo e tale da fornire scenari e soluzioni che affrontino i problemi concreti delle diverse parti interessate.

I processi e gli strumenti digitali (A.I, automazione, big data, realtà aumentata, digital fabrication, internet of things, etc.) potranno consentire di migliorare in modo significativo le capacità di anticipazione e di previsione in relazione ai fenomeni connessi ai grandi trend di cambiamento globale, consentendo di fornire nuovi modelli utili a sviluppare migliori processi decisionali e operativi.

Ma il concetto valica i confini del digitale, e lo si evince dalla definizione che dà la Commissione europea di smart city⁷², per cui questo modello va oltre l'uso delle tecnologie per raggiungere un migliore utilizzo delle risorse e minori emissioni, il che significa anche un'amministrazione cittadina più interattiva e reattiva ai processi sociali del territorio.

Ma proprio fra le principali barriere di sviluppo, ci sono in primis, la mancanza di risorse economiche e in secondo luogo l'alternarsi di amministrazioni diverse in pochi anni. Per queste ragioni è difficile rendere i progetti economicamente sostenibili e la maggior parte si arena dopo la prima fase.

Nonostante ciò, la tecnologia è lo strumento da mettere al servizio dei cittadini e per controllarla servono una visione ampia, un ambiente aperto, solido e robusto per condividere esperienze, un framework dove innestare le soluzioni e farle comunicare. Spesso il principale problema è che le tecnologie sono slegate con i bisogni reali della popolazione e non si riesce a ottenere il valore che deriverebbe dalla loro commistione, che è maggiore rispetto alla loro somma aritmetica.

La città dovrebbero quindi costruire una piattaforma comune, ancor prima di installare le singole soluzioni che, da sole, rischiano di essere solo vetrine.

71 Ciaramella, A., & Celani, A. (2019). Industria 4.0 e manifattura in città: uno sviluppo verticale possibile. In *TECHNE 17*, Firenze: Firenze University Press

72 Antonio Puliafito, direttore del Laboratorio Nazionale CINI su "Smart Cities & Communities" –

1.5.0 Antinomie

1.5.4 Bottom up vs top down

I continui cambiamenti sul piano economico, politico e sociale, avvicendatisi negli ultimi decenni, hanno prodotto la diffusione di importanti e significativi processi di trasformazione anche nelle forme di produzione e consumo. Si evidenzia così in maniera forte la necessità di ripensare politiche innovative e nuove strategie in un'ottica di sviluppo sostenibile dei territori.

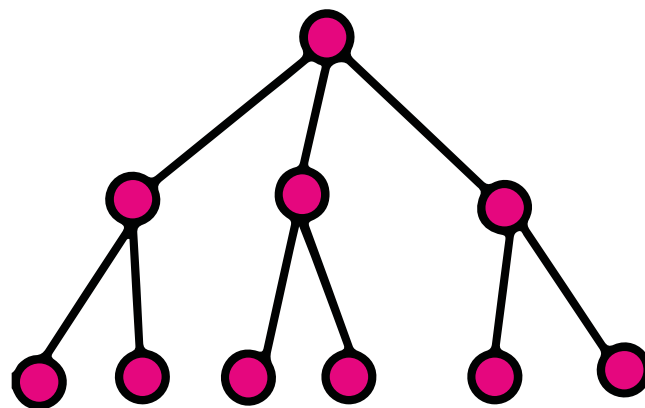
73 Selloni, D. (2014). *Designing for public-interest services. Citizen participation and collaborative infrastructures in times of societal transformation.*

Lo sviluppo locale⁷³ assume un interesse primario nelle agende programmatiche delle amministrazioni che mirano a rafforzare la competitività dei sistemi territoriali. L'efficacia delle politiche territoriali si fonda sull'integrazione di iniziative a favore dello sviluppo economico attraverso l'inclusione sociale. In questo scenario, assumono grande importanza i modelli di governance del territorio e i meccanismi di governo innovativi in cui tutti gli attori interessati sono parte attiva nelle varie fasi del processo (dalla pianificazione alla realizzazione).

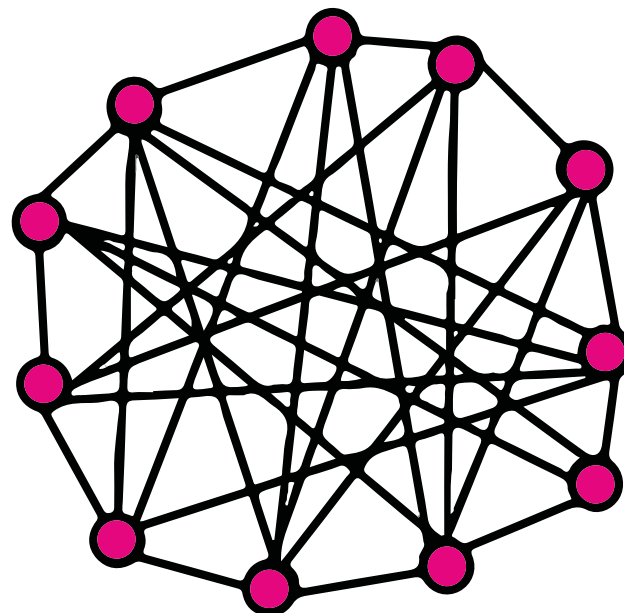
Il raggiungimento di tali obiettivi di crescita è sempre più affidato ai nuovi modelli di governance del territorio che vedono nella partecipazione degli attori non istituzionali il loro elemento caratterizzante, costituito proprio dal ruolo centrale assunto dai cittadini che diventano partecipanti attivi nella gestione del proprio territorio.

All'approccio di tipo top-down si sostituisce un'idea di decentramento delle policies e di localizzazione delle responsabilità secondo un approccio di tipo bottom-up in cui diventano protagonisti tutti gli attori territoriali, ovvero il territorio nel suo complesso.⁷⁴ Il principio che anima il modello di governance fa leva sulla capacità di integrazione e di coinvolgimento di tutti gli interessi e delle risorse di un territorio. La promozione di politiche locali basate su integrazione e partecipazione ha ricevuto ulteriore sostegno dall'azione dell'UE che ha considerato centrale l'obiettivo della coesione sociale e della riduzione degli squilibri territoriali.

74 Fuad-Luke, A. (2013). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world.* Routledge.



Visualizzazione scala gerarchica top down



Visualizzazione contaminazione bottom up

La relazione tra il sapere tecnico e professionale e i processi di partecipazione diretta, è un tema in questo momento importante.⁷⁵ Declinato in molte maniere diverse, con esiti differenziati. Questa contaminazione, già in diverse città ha dato feedback positivi, come per esempio la creazione a Torino del Polo del 900' dove le forze direttrici di processo erano multidirezionali, ma mirate alla creazione di identità civica e civile, e che desse la possibilità a tutti di intervenire attivamente alla progettazione di un contenitore dove "tutti" riescano a intersecare e lavorare in maniera proficua con i "professionisti". È un incrocio virtuoso. Forse, una chiave per superare lo stallo della sterile contrapposizione "top down" vs "bottom up"

75 Rossi, M. (2017). 'Design Doing': what if we put more design into design thinking? In: 4D Designing Development Developing Design, Kaunas, 28-30 September 2017

CAP-

ITO-

LO

02

Verso la società 4.0

2.1.0 Parallelismi internazionali

2.1.1 Ieri

1 Benevolo, L. (2012). *Il tracollo dell'urbanistica italiana*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Rispetto alle altre nazioni, come sostiene Benevolo,¹ in Italia c'è confusione, disordine riguardo all'edilizia pubblica poiché non è lo Stato a regolarla, controllarla, ma sono i privati ed i loro sempre crescenti interessi economici. Allo Stato questi si sono sostituiti e le conseguenze sono gravissime. Tra le prime vanno menzionate l'espansione incontrollata delle città, l'occupazione di vaste aree intorno ad esse mediante costruzioni ad uso privato e pubblico e, quindi, «la fine della città» come luogo definito, compreso entro limiti precisati. Le campagne sono sempre più invase da fabbricati di vario genere, spesso abusivi, ed il paesaggio ne ha fortemente risentito. Molta parte di esso è andata perduta insieme alla storia, alla cultura, alle tradizioni che vi erano legate. All'interno delle città non si è edificato tenendo conto delle esigenze, delle richieste della collettività ma solo di quelle dei pochi, politici, proprietari terrieri, imprenditori, che promuovevano e attuavano le costruzioni.

2 Florida, R. (2003). *L'ascesa della nuova classe creativa*. Stile di vita, valori e professioni (F. Francis, Trad.). Mondadori.

Non al servizio di tutti è stata l'architettura italiana nella seconda metà del '900; ciò viene riflesso nell'analisi sociologica ed economica di Florida sui "creativi",² descritti come una vera e propria classe sociale, il cui peso economico globale è ormai decisivo per lo sviluppo. Nell'epoca della conoscenza il valore dell'immateriale è al centro di ogni crescita economica. Con la trasformazione del capitalismo indotta dalla globalizzazione e dalla divisione internazionale del lavoro, dall'incremento dell'importanza dei servizi e soprattutto ricerca continua di un'innovatività accelerata come fattore competitivo determinante, la società ha subito trasformazioni anche impensabili.

Città fondate sull'ordine dell'organizzazione industriale, come Detroit, hanno incontrato un vero e proprio declino. Mentre città costruite intorno alla diversità culturale, alla tolleranza dei costumi e alla qualità della ricerca artistica, scientifica e intellettuale, come San Francisco, sono decollate. L'ascesa

La "dotazione iniziale" (in termini di amenities), che costituisce l'insieme dei fattori in grado di configurare un contesto favorevole allo svolgimento di una vita creativa, ma anche alla connessione in rete e all'estensione delle informazioni

Un "ambiente sociale urbano", che si fonda sulla tolleranza e sull'interazione tra gli individui, oltre che sui nessi culturali, sociali e tecnologici, in grado di agevolare nuove occasioni di apprendimento professionale.

La "qualità della vita", che è contraddistinta dalla presenza diffusa e dal funzionamento di attività per il tempo libero e la persona, come auditorium, gallerie d'arte, cinema, spazi teatrali, librerie, ristoranti, caffè, impianti sportivi, locali notturni e così via.³

Richard Florida

della classe creativa è stata il motore economico decisivo: le città che sanno interessare i giovani talenti e che sanno valorizzare le loro idee, accettando i loro valori, sono i nuovi poli dello sviluppo.

3 Florida, R. (2003). *L'ascesa della nuova classe creativa*. Stile di vita, valori e professioni (F. Francis, Trad.). Milano: Mondadori.

A distanza di 15 anni si può vedere come l'ascesa della classe creativa abbia avuto sì effetti sulle città,⁴ ma molto contraddittori: si sono ampliate le disuguaglianze tra le grandi città globalizzate e i centri urbani più piccoli, le città hanno conosciuto un processo di gentrificazione e si è assistito ad un crescente divario tra centri e periferie. Florida, oggi, sostiene che le classi creative hanno soffocato a morte molte delle grandi città del mondo e di conseguenza, risulta che le cinquanta più grandi aree metropolitane mondiali ospitano il 7 % della popolazione mondiale, ma generano il 40 % della crescita globale. Esemplificativo è l'"effetto Airbnb"⁵ di queste mega aree urbane, una delle cause causa primarie della gentrificazione e la relativa espulsione da essa dei veri abitanti, in cui l'economia mossa eleva i prezzi delle case, falsa il mercato immobiliare e trasforma le città in "risorse" economiche mentre la tossicodipendenza, la violenza e la povertà si sono diffuse nei sobborghi e nelle periferie. La nuova crisi urbana è la crisi centrale del nostro tempo, una crisi della periferia, dell'urbanizzazione stessa e del capitalismo contemporaneo. In questo scenario di crescenti disuguaglianze e crisi politiche legate alla globalizzazione, Florida ha dato alle stampe il già citato volume "The New Urban Crisis".

4 Florida, R. L. (2017). *The new urban crisis: How our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*. Basic Books.

5 Gainsfort, S. (2019). *Airbnb città merce: Storie di resistenza alla gentrificazione digitale*. Roma: DeriveApprodi.

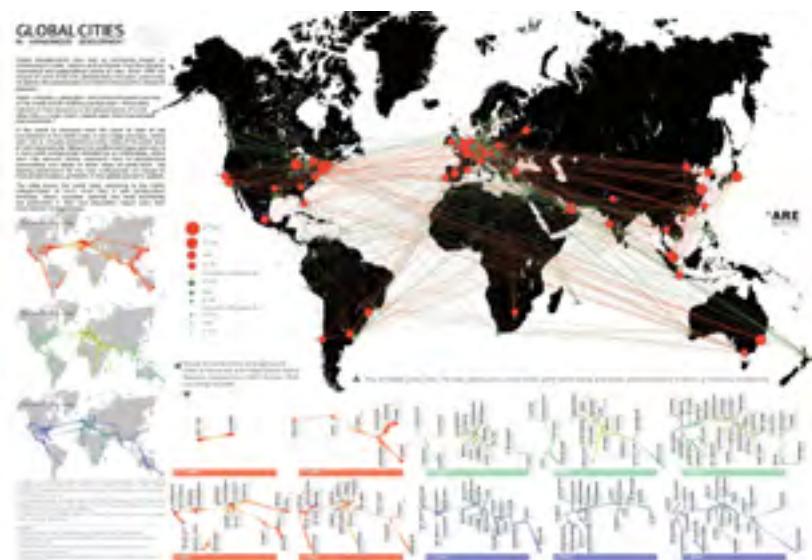


2.1.0 Parallelismi internazionali

2.1.2 Oggi

6 Sassen, S. (2010). *Le città nell'economia globale. Il mulino*.

Le città globali⁶ hanno due aspetti, uno economico e l'altro politico. Dal punto di vista dell'economia, una città globale ha tutte le capacità, le risorse e le cornici funzionali per maneggiare le operazioni globali delle imprese e dei mercati nazionali e internazionali. La città globale incarna d'altra parte un tipo nuovo di politica: la competizione per lo spazio urbano. È uno spazio molto conflittuale, spesso con contenuti specificatamente locali, ma nei fatti è una politica globale, perché questi conflitti si ripresentano in tutte le città globali del mondo. Oggi ci sono circa quaranta città globali, e un numero crescente di città che hanno alcune funzioni globali. Come si è diffusa l'economia globale, così si è allargato il numero di città globali. "Londra, Tokyo, New York, Hong Kong, Chi-



Globalization and World Cities Research Network, 2012, <https://www.lboro.ac.uk/gawc/>

cago, Parigi, Francoforte sono il livello più alto, tra le città globali. La rapida crescita del numero di città che diventano globali comincia negli anni novanta. San Paolo, Città del Messico, Seul, Sydney, Toronto, Madrid emergono come città globali e potenti, anche se non potenti come quelle della prima classe. Verso la fine degli anni novanta si sono aggiunte Shanghai, Buenos Aires, Bangkok, Miami e molte altre.

"Gli sviluppi del mercato finanziario e le caratteristiche dei quadri normativi hanno generato una serie di conflitti. Questi conflitti hanno portato alla produzione di varie innovazioni finanziarie per risolvere il problema o per evitare la regolamentazione."⁷

7 www.pandorarivista.it/articoli/la-citta-globale-saskia-sassen/

Con queste parole, la sociologa Saskia Sassen, descrive le condizioni fisiche che hanno permesso la costituzione delle prime città globali.

Dal Dopoguerra ad oggi, passando per il *Neoliberismo*, che ha accelerato notevolmente la transizione, abbiamo assistito ad un sempre maggiore perfezionamento delle tecnologie finanziarie.

Essendo la strumentazione finanziaria principalmente governata da Stati Uniti e Gran Bretagna, i primi due grandi poli globali sono stati New York e Londra, ai quali poi si è aggiunta Tokyo, con lo spostamento degli orizzonti del mercato ad est. Sin dall'epoca in cui Londra era l'epicentro dell'Impero inglese, è possibile individuare le capitali finanziarie attraverso 3 importanti caratteristiche: l'identità cosmopolita, la presenza di infrastrutture d'avanguardia nel settore delle telecomunicazioni e dei trasporti (via acqua, aria e terra) e la posizione geopolitica di crocevia commerciale.

In "Global Networks, Linked Cities",⁸ Sassen precisa che, nello scorso decennio, altre città hanno raggiunto il rango di global cities.

8 Sassen, S. (2016). *Global networks, linked cities*. Routledge.

Attraverso l'interdipendenza finanziaria, il mercato ha fatto sorgere alcuni nuovi centri globali: le due metropoli cinesi di Hong Kong e Shanghai, il fulcro economico degli Emirati Arabi Uniti Dubai, e i poli di Mexico City e Sao Paulo in America Latina. Riflettere sul ruolo delle città globali fa emergere molti quesiti relativi sia al disegno della città che alla governance di quest'ultima.

Definizione Treccani neoliberalismo: Indirizzo di pensiero economico che, in nome delle riconfermate premesse dell'economia classica, denuncia le sostanziali violazioni della concorrenza perpetrate da concentrazioni monopolistiche all'ombra del laissez faire e chiede pertanto misure atte a ripristinare la effettiva libertà di mercato e a garantire con ciò il rispetto anche delle libertà politiche.

2.1.0 Parallelismi internazionali

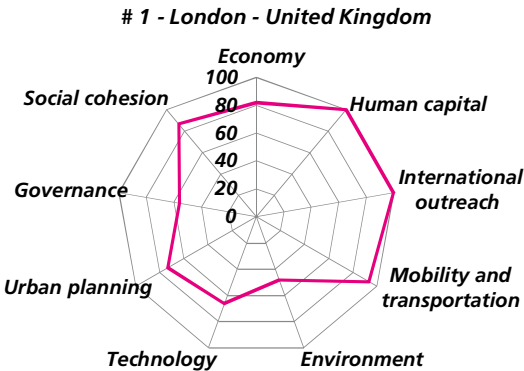
2.1.3 Domani

8 www.blog.iese.edu/cities-challenges-and-management/2019/05/10/iese-cities-in-motion-index-2019/

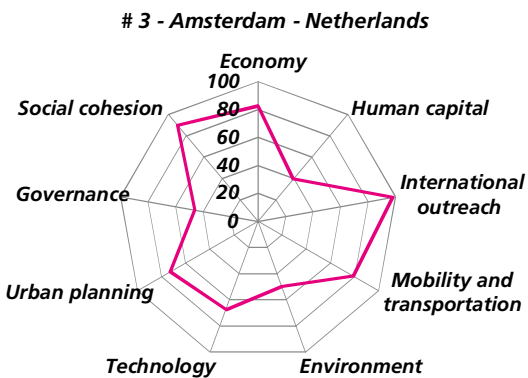
Il IESE Cities in Motion Index (CIMI)⁸ è l'indice che analizza il livello di sviluppo di 165 città di 80 Paesi del mondo sulla base di nove caratteristiche:

- capitale umano
- coesione sociale
- economia
- ambiente
- governance
- urbanistica
- internazionalità
- tecnologia
- mobilità e trasporti

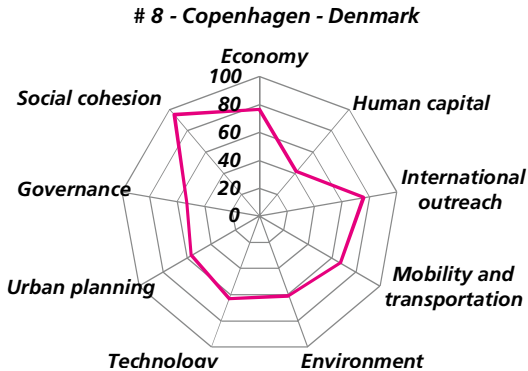
Le città stanno cercando di trovare la propria strada. Alcune con un approccio più olistico che affonda le radici in piani ormai ultra-ventennali. Altre trasformandosi in laboratori a cielo aperto, che si traduce in servizi di trasporto intelligenti, spazi pubblici più sicuri, smaltimento dei rifiuti e approvvigionamento idrico di ultima generazione.



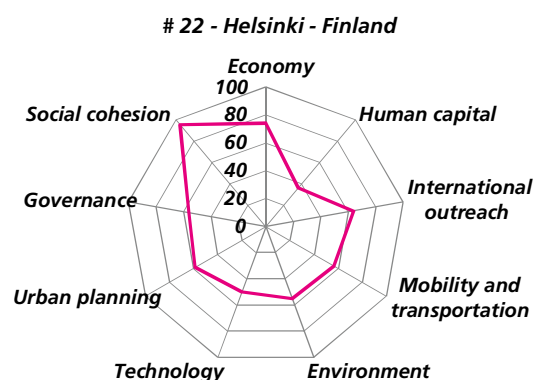
L O N D O N
La capitale britannica si è guadagnata la vetta della IESE Cities in Motion Index 2019, un indice che individua le città più smart del mondo, in un'accezione di «intelligente» particolarmente ampia. Londra si distingue per un utilizzo efficace dei dati, soprattutto nel sistema dei trasporti. E si è imposta per la capacità di valorizzare il «capitale umano». Perché anche questo è smart: attirare e valorizzare i talenti.



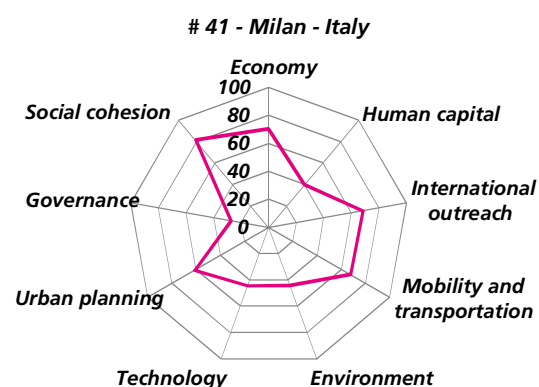
A M S T E R D A M
Amsterdam ha mosso i suoi primi passi «smart» già nel 1994. Ha puntato su connettività e banda larga e su obiettivi di sostenibilità ambientale, come ridurre del 40% le emissioni di CO2 entro il 2025 e del 75% entro il 2040. La capitale dei Paesi Bassi, pur non avendo un vero e proprio piano organico e prediligendo l'accostamento di progetti pilota, ha mantenuto nelle proprie mani un forte coordinamento, tanto da nominare un Chief Technology Officer. Cioè un responsabile tecnologico cittadino, che rappresenta il punto di riferimento per l'evoluzione della smart city.



C O P E N A G H E N
Un'altra città europea ai vertici del Cities in Motion Index è Copenaghen. La capitale danese si definisce «un laboratorio vivente» per testare nuove tecnologie. Il principale obiettivo è ambientale: la città punta a diventare «carbon neutral» (cioè di non avere impatto sulle emissioni di CO2) entro il 2025. La leva che utilizza è quella dei dati, messi a disposizione della collaborazione tra settore pubblico e privato.



H E L S I N K I
Helsinki ha allargato gli orizzonti, aggiungendo alla «smart city» anche la «smart countryside». Affiancando zone urbane e rurali intelligenti, ha posto come obiettivo quello di una «regione smart», fondata su quattro pilastri: cleantech urbano (cioè la tecnologia applicata alla pulizia della città), salute e benessere, digitalizzazione e cittadinanza. «Ogni tema – spiega la municipalità – costituisce un ombrello sotto il quale vengono raccolti attori, stakeholder, competenze e progetti». Quelli di maggior pregio vengono finanziati con fondi pubblici.



M I L A N O
Milano, pur essendo la prima città italiana in questa classifica e avendo migliorato di anno in anno, rimane ancora lontana dalle megalopoli globali. Più in generale si è rilevato che, rispetto al resto d'Europa, l'Italia è ancora indietro: si contano numerose iniziative che utilizzano le tecnologie digitali per rendere più smart le città, circa il 48% dei comuni con più 15.000 abitanti ha avviato almeno un progetto smart nel triennio 2015-2017.

IESE Cities in Motion Index

2019

2.2.0 Parallelismi nazionali

2.2.1 Ieri

9 Gerelli, E. (1995). *Società post-industriale e ambiente* (Vol. 249). Laterza.

In Italia, nei primi anni Cinquanta la produzione industriale aumenta del 95%⁹ a parità di assunti (nel senso che chi stava già lavorando, fu costretto a lavorare sempre di più). Questo è l'esempio del capitalismo che accumula capitale. Vi fu una crescita dei guadagni dell'80% a parità di occupazione (ma la qualità del lavoro e le condizioni dei lavoratori peggiorano).

Si tratta del circolo virtuoso dell'economia italiana: l'Italia passa dall'essere uno stato distrutto, sostanzialmente agricolo e povero, al boom economico nel giro di soli quindici anni (a differenza degli altri Paesi europei che vivono una crescita graduale). Vi è l'assedio delle pubblicità, cuore del capitalismo: traffico, città, consumi, inquinamento. Muta più lentamente la morale, i costumi, persino i tabù sessuali iniziano a venire meno, modificando i valori. Esempificativa è la favola del Carosello, presente in tutte le famiglie italiane che simboleggiava la felicità nel poter acquistare l'oggetto pubblicizzato grazie al benessere generale che andava instaurandosi, tramutandosi poi nel concetto di gioventù come età specifica nella quale si progetta una vita futura.

Nasce anche la periferia in maniera disordinata e sfortunata per chi doveva andare a vivere lì: prima vengono costruite le case e successivamente ed eventualmente i servizi. La piccola-medio borghesia viene espulsa dal centro verso le periferie che implicano conseguenze sul sentimento con cui l'abitante vive la città.

Milano ha dei tempi di mutamenti molto veloci a cui l'uomo non è abituato.¹⁰ La morale è che prende forma una Milano opulente, ricca, accogliente anche nei confronti di chi vuole migliorare le proprie sorti economiche, ma priva di un'immagine esteriore accattivante poiché manca di frammenti architettonici storici e culturali. Una città ricca e moderna con la passione per il cambiamento, ma con evidenti difficoltà

10 Foot, J., & Squirru, E. (2015). *Milano dopo il miracolo: Biografia di una città: con una nuova prefazione dell'autore*. G. Feltrinelli.

sul piano politico a gestire questa foga di innovazione. È una città che muore e rinasce, muore e rinasce. Milano non ha piazze abitabili e stanziali sul piano architettonico, solo attraversabili, che palesa la natura di una città da attraversare, di movimento, non in cui "stare" e che non permette la piazza stanziale.

Oggi sociologi, antropologi non parlano più di città: parlano di megalopoli (cfr paragrafo precedente), aree urbane, proprio perché la situazione vista da satellite negli anni è cambiata. La città ha subito una tale dilatazione orizzontale che è impossibile comprendere dove essa finisca.

Inoltre, i cittadini milanesi si spostano sempre di più, mentre in quegli anni vi è un grande incremento di persone provenienti dal Sud o dall'Africa. La città è sempre meno un luogo dove abitare, ma è piuttosto considerata una sorta di enorme incrocio, dove si cerca il lavoro, lo studio e l'intrattenimento, ma non è vissuta come propria.

Diversa è la situazione di Bologna,¹¹ tra il 1951 e il 1961 le aziende della provincia passano da 13.280 a 21.060 e raddoppiano quasi gli addetti (da 74.834 a 127.877). I settori industriali più attivi sono quelli del packaging e della motoristica.

11 Pedrocchi, G., *Bologna industriale*, in: *Storia di Bologna*, a cura di Zangheri, R., (2013) Bologna, Bononia University Press

Il miracolo economico bolognese è dovuto in particolare alla flessibilità e al notevole livello di specializzazione di numerose piccole e medie imprese, riunite in reti o distretti, che orientano la produzione a particolari porzioni di mercato.

Il decentramento produttivo sarà accentuato nei decenni successivi. Saranno frequenti i casi di formazione di piccole aziende da parte di tecnici e operai di aziende maggiori, in grado di garantire le subforniture di alcune fasi di lavorazione, oltre alla formazione tecnica e le prime attrezzature.

Si creano sistemi produttivi in cui l'azienda capofila controlla e coordina diverse microattività e anche le aziende di fase non di rado sezionano il loro segmento.

I fenomeni di "gemmazione" consentiranno alle maggiori aziende meccaniche di con-

centrarsi sulle fasi di progettazione, montaggio e collaudo, trascurando produzioni minori ed evitando lavorazioni pericolose e ripetitive.

12 Musso, S., *Il lungo miracolo economico. Industria, economia, società, in Tranfaglia, N., (1999), Storia di Torino. Gli anni della Repubblica, IX, Einaudi, pp. 49-100*

In fine la situazione torinese,¹² stereotipata negli anni, all'industria meccanica, quella automobilistica in particolare, in realtà raggruppa le condizioni precedentemente citate.

L'industria manifatturiera, in quegli anni, assorbì il 64,8% di tutti gli addetti a industria e commercio, ma aumentarono pure le piccole aziende metalmeccaniche, di elettrodomestici e apparecchiature elettriche (molte, però, fornitrici della grande industria), nonché il piccolo commercio, sostenuto dall'aumento dei consumi.

La produzione di autoveicoli, veicoli industriali ed agricoli della Fiat decuplicò in vent'anni, e nel solo quinquennio 1960-65 i dipendenti salirono da 93 mila a 160 mila, per poi crescere ancora. Nonostante la politica dei bassi salari, in città le retribuzioni crebbero in modo sensibile rispetto al decennio precedente, e i consumi giunsero a superare del 18-19% la media nazionale.

Allo stesso tempo non mancarono però neppure gli aspetti negativi: il forte aumento della popolazione mutò in peggio l'aspetto della città, con il degrado del centro cittadino, le sopraelevazioni di vecchi stabili e la creazione di nuove squallide zone-dormitorio, cui si unirono tentativi di realizzare quartieri autosufficienti con infrastrutture proprie, come ad esempio la Falchera.¹³ In completa antitesi, con ciò che avvenne a pochi chilometri di distanza, con il Modello Olivetti di Ivrea.

Le idee olivettiane furono messe in pratica nella vera e propria Città Industriale completata attorno alla grande fabbrica negli anni '50.¹⁴ Il senso della "comunità" era il perno che avrebbe permesso di scardinare le storture sociali dell'individualismo capitalista e del collettivismo marxista. Il benessere dei dipendenti si sarebbe realizzato soltanto in un ambiente dove i lavoratori (dai dirigenti agli operai) avrebbero avuto a disposizione una serie di fondamentali servizi per l'individuo e per la famiglia.

13 Mezzalama, G., *Quartiere Falchera, in Giusti, M.A - Tamborrino, R., (2008) Guida all'architettura del Novecento in Piemonte (1902-2006), U. Allemandi, Torino, pp. 284-285.*

14 Peruccio, P. P., Di Salvo, A., & Bosica, M. *Il Patrimonio Mondiale UNESCO di Ivrea, città industriale del XX secolo: analisi di un sistema integrato per la divulgazione dei valori Olivetti nell'età scolare. Tesi di Laurea, Politecnico di Torino*



Quarto Oggiaro, Milano



La Falchera, Torino



Città industriale, Ivrea

2.2.0 Parallelismi nazionali

2.2.2 Oggi- Torino Social Innovation e SocialFare

Torino è stata tra le prime città italiane a seguire strategie che favorissero lo sviluppo di progetti di innovazione sociale in maniera strutturata e organica, a partire dalle policy adottate in primo luogo dall'amministrazione cittadina, in secondo luogo, è anche sede della Compagnia San Paolo, fondazione che da anni persegue finalità di utilità sociale, allo scopo di favorire lo sviluppo culturale, civile ed economico, con i redditi del proprio patrimonio, operando nell'ambito delle grandi aree tematiche in cui è articolata la propria attività istituzionale suddivisa in tre obiettivi principali: Cultura, Persone e Pianeta declinati su quattordici missioni. Nel florido scenario cittadino torinese spic-



Obiettivi istituzionali della Compagnia di San Paolo

cano due realtà che si occupano in maniera sistematica di innovazione sociale: Torino Social Impact e SocialFare.

Torino Social Impact - www.torinosocialimpact.it

Un consorzio tra imprese e istituzioni pubbliche e private per rendere la città pronta alle sfide del nostro tempo, persegue intenzionalmente e congiuntamente obiettivi di redditività economica e di impatto sociale. Un cluster di competenze, attività e servizi per rafforzare e promuovere l'ecosistema locale nel quadro dell'Agenda 2030.

I principi su cui si basa l'iniziativa sono definiti nel manifesto "Memorandum of Understanding", che definisce gli intenti della piattaforma per lo sviluppo di un ecosistema metropolitano torinese dell'innovazione sociale, dell'imprenditorialità sociale e della finanza a impatto sociale:

- Promuovere tecnologie civiche per la città del futuro
- Supportare in maniera permanente le forme di imprenditorialità emergenti, le iniziative finanziarie ad impatto sociale e le politiche di sostegno all'innovazione inclusiva.
- Attivare laboratori per sviluppare forme innovative di co-partecipazione tra pubblico e privato e nuove modalità di produzione ed erogazione di servizi alla collettività.

SocialFare - www.socialfare.org

Centro dedicato all'Innovazione Sociale che attraverso la ricerca, il capacity building e il co-design sviluppa soluzioni innovative per le sfide sociali contemporanee, generando nuova economia. SocialFare, ha un team dedicato al Social impact design che applica l'approccio human-centered coniugando la metodologia del design sistemico e del design thinking, quindi ponendo al centro delle proprie azioni i beneficiari della soluzione innovativa, integrando l'esperienza delle persone e la conoscenza delle comunità per portare sul territorio sperimentazioni di soluzioni co-create, prototipandole e validandole attraverso prodotti, servizi, modelli e reti generando consapevolezza, nuova conoscenza e cambiamento scalabile. Un progetto esemplificativo della loro attività è Co-City, vincitore del primo bando europeo Urban Innovative Actions (UIA) volto a promuovere nuove forme di amministrazione condivisa con la cittadinanza, a seguito dello sviluppo di patti collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura, la gestione condivisa e la rigenerazione dei beni comuni urbani.



Illustrazione di CO-CITY

2.2.0 Parallelismi nazionali

2.2.3 Oggi - Rock Bologna

RÖCK

www.bologna.rockproject.eu

ROCK, "Regeneration and Optimisation of Cultural heritage in creative and Knowledge cities" è un progetto Europeo presentato dal Comune di Bologna in collaborazione con l'Università di Bologna e finanziato tramite il programma Horizon 2020, il cui obiettivo è la progressiva trasformazione di centri storici afflitti da fenomeni di degrado, conflitti sociali e scarsa vivibilità, attraverso la generazione condivisa di nuovi processi ambientali, sociali, economici e sostenibili.

In virtù della natura di cooperazione internazionale dei progetti europei sette città modello - Lione, Torino, Liverpool, Vilnius, Cluj, Atene, Eindhoven - che hanno già sviluppato azioni di rigenerazione attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale e creativo, hanno condiviso le proprie conoscenze e competenze con le 3 città replicanti - Lisbona, Skopje e Bologna.

ROCKBologna è una ricerca-azione volta a riconoscere e rafforzare l'identità della ZONA-U come distretto culturale, creativo e sostenibile: un laboratorio permanente incentrato sulla cura del patrimonio culturale inteso come bene comune, che coniuga conservazione, innovazione e tutela ambientale sviluppando azioni sperimentali, conoscitive e creative, con un doppio obiettivo:

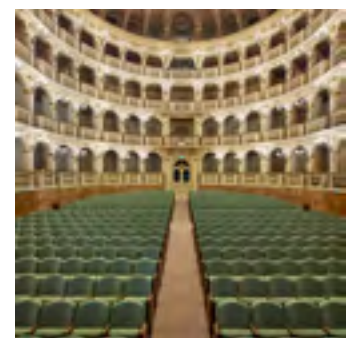
- rafforzare il riconoscimento del ruolo sociale ed educativo del patrimonio culturale esistente.
- stimolare la produzione quotidiana di un nuovo patrimonio, materiale e immateriale, prodotto delle culture urbane contemporanee.



ZONA-U, Bologna

Il progetto si sviluppa secondo tre linee d'azione volte al raggiungimento dei relativi obiettivi:

- **Atlante ZONA-U**, una mappatura in costante aggiornamento, su basi scientifiche ma partecipata e condivisa, descrittiva del patrimonio, delle trasformazioni in atto, degli attori chiave del processo, volta a stimolare pratiche creative, nuove forme di socialità e di cultura urbana. Le attività di accrescimento della conoscenza in ZONA-U prevedono la realizzazione di indagini sociologiche ed etnografiche sull'area e i suoi frequentatori e la mappatura degli elementi chiave (istituzioni e contenitori cultura iva continuamente aggiornabile e funzionale alle azioni sull'area.
- **U-Lab**, un laboratorio di pratiche partecipative per promuovere osservazione, ideazione e sperimentazione a sostegno delle azioni del progetto coinvolgendo chi ne è protagonista. Le azioni di partecipazione hanno preso avvio attraverso un calendario di incontri tematici su temi chiave per l'area Universitaria (accessibilità, sostenibilità, collaborazioni per nuove produzioni) e attraverso l'emanazione di un bando aperto ad associazioni, gruppi informali, etc. per proporre attività, iniziative ed eventi nella ZONA-U, promosso da U-Lab.
- **Atelier ZONA-U**, centro sperimentale per co-progettare le trasformazioni della e realizzare interventi esemplificativi avendo come obiettivi l'incremento dell'uso sociale, la garanzia di una piena accessibilità e fruibilità del patrimonio culturale, il miglioramento delle condizioni ambientali degli spazi di uso pubblico. Le prime azioni di trasformazione si sono concretizzate nella trasformazione di Piazza Scavilli da parcheggio a giardino dinamico, attraverso il progetto Malerbe, e nell'apertura quotidiana del Foyer Respighi del Teatro Comunale per attività di lettura, ascolto, studio informale.



ZONA-U, Bologna



ZONA-U, Bologna



ZONA-U, Bologna

2.2.0 Parallelismi nazionali

2.2.4 Domani

Torino, Milano, Bologna, Venezia, Napoli, Palermo, seppur con presupposti diversi e tempi di maturazione differenti, stanno seguendo un orientamento fornito dal Programma Operativo Nazionale "Città Metropolitane" (PON Metro) nell'Asse Inclusione sociale.

Il terzo settore va supportato verso il cambiamento, accompagnandolo lungo un percorso di capacity building¹⁵ nella sperimentazione di nuovi prodotti e nuovi modelli di business. Gli impatti attesi sono sul sistema di offerta e sulle reti di attori, definendo il terzo settore come attore delle politiche urbane e promuovendone l'innovazione, sia dal lato dei prodotti (nuovi servizi, vecchi servizi erogati con nuove modalità), sia dal lato dei processi (ridefinizione del modo di concettualizzare e trattare i problemi delle periferie).

Costruire percorsi di capacity building per aprire al non profit nuovi ambiti di intervento significa ridisegnare politiche di impresa: il civismo diventa lavoro e impresa di natura sociale.

La portata e complessità di questo cambiamento richiedono una riflessione che come dice Donna Haraway è "lo staying with the trouble":¹⁶ ovvero la sfida del vivere e morire assieme in un sistema determinato. Ambiente quotidiano e ambiente universale sono intrinsecamente connessi e attraversati da sfide che hanno una dimensione globale.

Ma ciò implica sfidare il capitalismo estremista per costruire una società più giusta e pacifica grazie dell'uguaglianza dei diritti e dei beni comuni delle prossime generazioni. Un futuro non futuribile in cui, armati di speculative e critical design possiamo immaginare di destino comune.¹⁷

In questo senso Milano è cartina tornasole dei cambiamenti che attraverseranno l'Italia, in cui vi è un florido ecosistema di epicentri culturali-produttivi di cui l'esperimento Rosetta è un caso paradigmatico.

15 D'Ovidio, M., (2010). *Network locali nell'economia cognitiva-culturale. Il caso di Milano. Rassegna Italiana di Sociologia*, 3, 459-484. <https://doi.org/10.1423/32950>

16 Haraway, D. J. (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene*. Duke University Press.

17 Dunne, A., & Raby, F. (2013). *The United Micro Kingdoms: A Design Fiction*.

Rosetta¹⁸ è un progetto culturale nomade promosso da CheFare e Casa della Cultura. Del nomadismo porta i due tratti principali: lo spostamento e il tentativo di comprensione e comunicazione tra spazi e concetti differenti, assumendosi l'onere di traduzioni imperfette ma originali. Il naming è calzante e ne esalta il concetto polisemico:

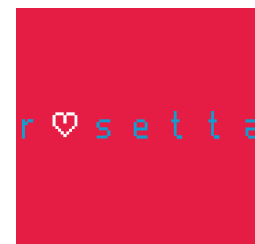
- richiama la sonda dell'Esa, un elemento reale che però attinge all'immaginario fantastico.
- Rosetta è un personaggio-icona milanese: la Rosetta della Vetra.
- Rosetta è il pane alla base dell'alimentazione della classe operaia.
- Rosetta è il luogo in Egitto in cui è stata ritrovata la stele in pietra che ha permesso la traduzione dei geroglifici.

In questo progetto ogni luogo diventa parte generativa del processo, perché gli eventi co-prodotti, sono pensati a partire dagli spazi, dai pubblici e dalle urgenze della riflessione.

L'obiettivo è cercare un linguaggio comune per parlare alla città, per discutere, per capire insieme ciò che accade e per poterlo problematizzare. Tale fenomeno denota l'esaurirsi della fase dei progetti area-based che deriva dal riconoscimento che l'approccio che la sosteneva – quello per cui l'ente pubblico disegnava un intervento, componendo un menù variato di azioni (sulle case, le infrastrutture, gli spazi aperti, i servizi) e ne accompagnava l'attuazione attraverso la creazione di una struttura localizzata in quartiere (il "laboratorio di accompagnamento sociale") – non è più proponibile.

L'hanno reso obsoleto il protagonismo delle realtà associative, la crescita delle competenze delle organizzazioni di terzo settore, la presa di parola e le capacità degli attori locali, che sono anche in parte l'eredità dei cicli precedenti di politiche pubbliche.

Una prospettiva operativa per le politiche territoriali assume invece una visione pluralistica dello spazio, riconoscendovi conflitti e diversità irriducibili alla condivisione, nella quale la compresenza di attori, intenzionalità, problemi, risorse, opportunità genera il campo per progetti possibili.¹⁹



18 www.rosettamilano.it
www.che-fare.com
www.casadellacultura.it

19 G. Pasqui (2018), *La città, i saperi, le pratiche*, Donzelli, Roma.

2.3.0 Parallelo a Genova

2.3.1 Ieri

Genova, sia oggi giorno che nella sua storia, è sempre stata una città policentrica, come un agglomerato di insediamenti autonomi per origine, funzione e identità, riunita solo in sede amministrativa nel 1926 da una decisione del governo centrale.

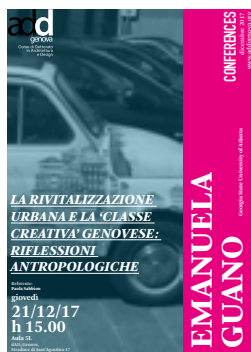
Per secoli, la città è rimasta all'interno delle zone che oggi si identificano con il Centro storico e i relativi "vicoli", influenzata particolarmente, nelle strutture e nelle dinamiche, dalla posizione geografica, appare, già nel medioevo, costituita da borghi che indicavano un paesaggio urbano policentrico e privo di grandi piazze pubbliche, infatti la città era vissuta e strutturata come un grande magazzino che suppliva alla penuria di spazi di stoccaggio.²⁰

Alla fine del XIX secolo, iniziò la trasformazione industriale della città che la portò a diventare uno dei centri più importanti d'Italia per buona parte del secolo successivo. Ciò andò a modificarne la natura urbanistica, diventando funzionale un'idea diversa di comunità sociale, economica e politica.

La versione genovese della classe creativa,²¹ è emersa attraverso le trasformazioni urbane e architettoniche, i cambiamenti sociali e le dinamiche culturali, che derivano dagli anni 50 con il boom economico, dove Genova era uno dei vertici del triangolo industriale: a Genova vi erano i cantieri navali, le industrie siderurgiche e metalmeccaniche, era una città che produceva tanto valore, una città dove per trovare lavoro bastava presentarsi in fabbrica, (cosa che oggi è inconcepibile). Dato lo stato di fatto della città si innesca un meccanismo positivo, non senza lotte di classe degli operai per ottenere dei diritti fondamentali che fino a qualche anno fa si davano per scontati.

Con questo sviluppo anche le classi operaie iniziano ad avere un certo benessere, per esempio mandando i figli a scuola, anche laurendosi, fenomeno che fino agli anni '50 era assolutamente impensabile, infatti chi nasceva operaio moriva operaio. Nasce così

20 Naser Eslami, A. (2000). *Genova e il Mediterraneo: I riflessi d'oltremare sulla cultura artistica e l'architettura dello spazio urbano, XII-XVII secolo.*



21 Guano, E. (2017). *Creative Urbanity: An Italian Middle Class in the Shade of Revitalization.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

una classe media di massa: la classe media esisteva già a Genova, fatta di commercianti, persone che lavoravano nella pubblica amministrazione o per lo Stato stesso, professionisti, amministratori, ma era ristretta, e non di certo quella allargata che si viene a creare negli anni '50. Quelli erano anche anni di crescita demografica, indice dell'ottimismo della comunità, per la quale vi è una prospettiva di futuro, soprattutto per la condizione lavorativa industriale-statale, infatti durante quegli anni si registra un grande aumento della popolazione da 688.447 mila nel 1951 a 816.872 mila nel 1971,²² all'epoca si pensava che Genova potesse arrivare al milione di abitanti, evento invece mai avvenuto, e ciò era dovuto alla crescita economica e industriale della città che attirava lavoratori dal resto d'Italia, soprattutto dal sud, e alla crescita della popolazione già residente.

Nel 1965 venne varato il piano per l'edilizia economica e popolare, ex legge n.167. Dagli anni '70 iniziarono le speculazioni edilizie di quartieri popolari edificati tutti in nome di un progresso mal interpretato e in perfetta continuità con il periodo della ricostruzione sono un esempio in negativo riconosciuto universalmente. Le conseguenze di questo piano edilizio nel corso degli anni '80 furono disastrose a causa del forte impatto della deindustrializzazione sulla città, in cui erano presenti i settori di base.²³ La popolazione iniziò a diminuire seguendo una tendenza nazionale alla deurbanizzazione; masse consistenti di popolazione si insediarono in comuni limitrofi. Nel 1999, durante la Conferenza strategica della città di Genova, vengono individuati alcuni ambiti prioritari di intervento; come ad esempio lo sviluppo nell'ambito dell'istruzione, la valorizzazione della città portuale, il miglioramento della mobilità urbana e il recupero del Centro Storico.

22 Statistica Comune di Genova, URL: <http://statistica.comune.genova.it/>, consultato il 01 febbraio 2017

23 Gazzola, A., (2001). *La città policentrica: il caso di Genova in Detragiache, A., Dalla città diffusa alla città diramata, Milano: Franco Angeli*

24 Gazzola, A., (2003). *Trasformazioni urbane: società e spazi di Genova, Napoli: Liguori*

In effetti si tratta della parte di città più indagata, più sviscerata, più discussa, amata, odiata, esaltata e anche estremamente mutevole, come tutti gli organismi vivi, in continua evoluzione, sia sotto il profilo sociale, per l'immissione di una quota di sempre nuovi ed eterogenei abitanti, sia sotto il profilo delle modificazioni indotte dagli interventi di recupero e di manutenzione che contribuiscono a cambiare gli stili abitativi e funzionali.²⁴

Antida Gazzola

26 www.civis.comune.genova.it/gabrielli.htm

27 Fusero, P., (2005). *Genova periferie e centri storici. Dietro le quinte della capitale europea della cultura*, Pescara: Sala

28 Farini, A., (2001). *Le politiche di recupero del centro storico urbano di Genova*, in *A casa propria: le condizioni abitative degli anziani nel centro storico genovese a cura di Costanzi, C, e Gazzola, A.*, Milano: FrancoAngeli

29 Gazzola, A., (2001). *La percezione sociale del centro storico*, in *A casa propria: le condizioni abitative degli anziani nel centro storico genovese a cura di Costanzi, C, e Gazzola, A.*, Milano: FrancoAngeli

Fra gli abitanti di Genova si vocifera che il Centro Storico abbia il primato di essere il più grande d'Europa²⁶ con la sua rete di vicoli e antichi palazzi medievali che da una parte si affacciano sul mare, verso il Porto Antico, e dall'altra sono delimitati da palazzi signorili come quelli di Strada Nuova di via Balbi. Questo primato è difficilmente verificabile, ma rende sicuramente l'idea di come viene percepita la città dai nativi. Grandi interventi infrastrutturali come l'apertura di Strada Nuova, oggi Garibaldi, nel '500 e di via Balbi nel '600 iniziano un processo di "perimetrazione" dell'impianto urbano medioevale, che verrà completato verso la fine del XIX secolo con l'apertura di nuovi assi viari lungo i suoi margini²⁷.

La marginalizzazione viene alimentata dall'abbandono definitivo, nel secondo dopoguerra, del "Porto Antico" a favore del nuovo porto di Sampierdarena, dimensionato per le moderne esigenze del traffico commerciale, che provoca nel centro un forte processo di degrado economico e sociale, allontanando sia gli operatori portuali, con i relativi traffici, sia la classe lavoratrice genovese.²⁸

La nuova città sviluppata fuori dalle mura medievali offre condizioni di residenza e di accessibilità più consone agli stili di vita. Concetti come igiene e privacy, che cominciavano a passare dalla cultura alta a quella diffusa, influirono fortemente sulle preferenze abitative, orientando la scelta verso soluzioni legate alle aree di sviluppo industriale considerate più accessibili e centrali.

All'abbandono di una cospicua parte dei ceti medio-alti corrisponde un "progressivo disinvestimento nella manutenzione ordinaria e straordinaria, come pure uno scivolamento verso il basso del valore degli immobili e della loro capacità di rendita".²⁹

Lo sviluppo industriale del primo dopoguerra porta con sé grandi ondate migratorie soprattutto dal sud dell'Italia e dalle isole. I nuovi migranti trovano nel centro storico un luogo di prima accoglienza per la disponibilità, il basso costo degli immobili e per la tendenza dinamica della zona, suscettibile di ospitare differenze e di favorire incontri e mediazioni.

La controtendenza si comincia a manifestare con l'inizio degli anni novanta, con l'avvio del trasferimento nel centro storico di nuove popolazioni a carattere più "elitario", che configura un processo di gentrification.

Ciò avviene per scelte politiche quali il restauro del teatro Carlo Felice, il Palazzo Ducale, l'apertura del teatro della Tosse, il restauro del complesso museale di S. Agostino e la commenda di Prè. Soprattutto le aree adiacenti al Porto Antico cominciano ad essere al centro dell'attenzione degli investitori immobiliari.³⁰

Un ruolo importante, nel complessivo processo di rigenerazione urbana e di valorizzazione attiva è svolto dall'Università degli Studi di Genova, che ha cercato di radicare la propria presenza nel cuore cittadino, trasferendo qui sue sedi, come nel caso della Facoltà di Economia e di quella di Architettura.³¹

In seguito a queste opere di rivalutazione comincia un processo di riavvicinamento della popolazione, inizialmente lento e in seguito più consistente, che vede al fianco dell'aumento delle frange marginali, spesso legate all'immigrazione extracomunitaria, un aumento di nuovi abitanti, in particolare coppie ed intellettuali, che scelgono la zona perché ne apprezzano i valori, storici e culturali, ed i vantaggi, come la centralità e il basso costo dei valori immobiliari, ritenendo sopportabili gli svantaggi come microcriminalità o l'assenza di parcheggi.

"Si viene così a determinare un fenomeno tanto peculiare quanto interessante: la stratificazione sociale "in verticale" degli edifici".³² La particolarità degli edifici, che raggiungono anche otto o nove livelli, stretti fra stradine di massimo due o tre metri, consente di diversificare notevolmente la condizione di vivibilità di un appartamento a seconda del piano in cui è posizionato. Ciò determina una differenziazione sociale per strati verticali in cui ai piani bassi, bui e poco areati, si insedia una popolazione economicamente più debole, come prostitute o extracomunitari, ai piani medi residenti storici, studenti o giovani coppie, e infine agli ultimi piani personalità spesso legate e facenti parte di un ceto medio-alto.

30 Fusero, P., (2005). *Genova periferie e centri storici. Dietro le quinte della capitale europea della cultura*, Pescara: Sala

31 Gastaldi, F., (2009). *Rigenerazione urbana e processi di gentrification nel centro storico di Genova*, in *Rigenerazione urbana e ricambio sociale: gentrification in atto nei quartieri storici italiani di Diappi, L.*, Milano: FrancoAngeli

32 Fusero, P., (2005). *Genova periferie e centri storici. Dietro le quinte della capitale europea della cultura*, Pescara: Sala

2.3.0 Parallelo a Genova

2.3.2 Oggi

Le mutazioni e trasformazioni della città appaiono intrise di forti tensioni e ambiguità: la riqualificazione dei "caruggi" si è concentrata soprattutto nelle aree che consentono maggiore spendibilità in termini di turismo e rivalutazione storica, interessando in particolare le vie principali dei vicoli. Persistono ancora, in maniera consistente aree, dove il degrado fisico degli edifici è evidente e la marginalizzazione colpisce fortemente, attirando a sé la criminalità organizzata. "Spesso queste "isole" sono sul retro delle arterie primarie, ma la distanza che le separa da esse è molto grande: è la distanza che separa la periferia dal centro".³³

Ad oggi il centro sembra avere soprattutto un ruolo storico-culturale, un'ancora in cui gli abitanti ritrovano un passato necessario per la propria identità e mezzo per la creazione di spazi autogenerativi dettati dall'esigenza di nuove forme culturali e associative di confronto, ancora non sufficientemente presenti all'interno della città.

È questa la strada che dovrebbero ripercorrere i futuri mutamenti dell'area: la riqualificazione culturale e sociale attraverso la partecipazione dei cittadini e forme di mediazioni culturale fra la popolazione nativa e quella immigrata.

Le trasformazioni più significative che hanno interessato il territorio genovese sono avvenute in tempi relativamente brevi, il cui punto più alto si è verificato negli anni '90, con implicazioni anche di tipo conflittuale, legate alle diverse esigenze del piano sociale e di quello economico, a causa, di una troppo rapida virata nel processo di riconversione industriale.³⁴ Questo è il caso delle azioni di riqualificazione che hanno interessato l'area del waterfront e il Centro Storico, in occasione dell'inaugurazione nel 1992 dell'Esposizione

Caruggi - (Carroggi, l'uso tradizionale del genovese), è il termine con il quale in lingua ligure si indicano alcuni tipi di strada.

33 Fusero, P., (2005). *Genova periferie e centri storici. Dietro le quinte della capitale europea della cultura, Pescara: Sala*

34 Trivelli, G., (2012). *Deindustrializzazione e processi di riqualificazione urbana. Città postmoderne a confronto, eBook, Youcanprint*

Internazionale Specializzata "Cristoforo Colombo: la nave e il mare", in cui viene affidato all'architetto Renzo Piano l'incarico di attuare profondi cambiamenti relativi alla zona stabilita per l'esposizione.³⁵

L'utilizzo della cultura è stato declinato, sia come forza attrattiva nei confronti del turismo, che come occasione di sviluppo per i cittadini, che riescono ora a riutilizzare quegli spazi ormai destinati all'abbandono. Le politiche rivolte alla rigenerazione del territorio devono permettere una serie di riprogettazioni della città; ciò deve essere accompagnato da politiche di concertazione all'interno del sistema urbano territoriale, così da poter attivare meccanismi in grado di produrre una riqualificazione culturale.

L'attuale Piano Urbanistico pone l'accento sullo sviluppo dell'apparato economico e produttivo diversificato (porto, terziario, servizi e turismo), la riorganizzazione del tessuto urbano e l'accrescimento dei servizi, il recupero dell'edificato piuttosto che l'espansione, attribuzione alla città vecchia del ruolo di centralità urbana, ricollocazione dei grandi servizi urbani e recupero della compatibilità ambientale per le infrastrutture esistenti.

Nonostante ciò da una parte, si ha la consapevolezza diffusa che la città sta attraversando un periodo di profonda crisi, il cui apice è stato raggiunto il 14 agosto 2018 con il crollo del Ponte Morandi, ma che di fatto era uno status quo già presente da diverso tempo a più livelli e di varia natura.

Nei suoi studi alla metà degli anni Sessanta Luciano Cavalli definiva Genova come la città divisa, rimarcando la storica separazione politico-culturale tra le periferie operaie del Ponente e della Val Polcevera rispetto ai quartieri residenziali di vecchia e nuova borghesia sulle colline del Centro e a Levante.

Oggi, dopo i drammatici eventi del viadotto Morandi, la città rischia di divenire sempre più divisa di fatto, non solo per la compromissione della mobilità locale, ma, soprattutto, per le ripercussioni sull'intero tessuto economico e produttivo, con implicazioni negative per le condizioni di vita dei genovesi, persino per coloro che risiedono nei quartieri meno prossimi al sito della tragedia.

35 Gazzola, A., (2003). *Trasformazioni urbane: società e spazi di Genova, Napoli: Liguori*

2.3.0 Parallelo a Genova

2.3.3 Domani

Il declino si può arrestare?

Le società ormai sono molto interconnesse in un orizzonte che è inevitabilmente globale in queste trasformazioni così radicali ci sono alcune città che riescono a cogliere una propria traiettoria dentro le trasformazioni che avvengono, mentre altre invece perdono l'occasione.

Genova ha accolto molto positivamente, con tutti i problemi che questo ha creato, la fase storica della grande industria pesante, ma quando questa fase si è conclusa non ha saputo cogliere per tempo le trasformazioni che stavano avvenendo, che non avvenivano necessariamente nella città ma avvenivano nel contesto nel quale Genova si muove. La città ha perso 300 mila abitanti nell'arco di un quarto di secolo³⁶, e adesso per arrestare questo processo bisogna riappropriarsi della consapevolezza e comprensione sia della realtà locale ma soprattutto la realtà del contesto nel quale Genova è inserita per cogliere le opportunità di una città come Genova che necessariamente deve essere una città di intermediazione nelle dai grandi traf-

36 www.statistica.comune.genova.it/pubblicazioni/download/Novecento_genovese/novecentogenovese.pdf

fici che avvengono in europa e nel mondo

Date le relazionali storico-temporali fin qui esposte la città si dovrebbe reinterpretare secondo le accezioni di industriale, industriosa e digitale.

- Città industriale, nella definizione comune e i motivi che hanno portato all'attuale deindustrializzazione di paesi tradizionalmente manifatturieri, come l'Italia, formulando possibili pratiche e scenari in modo da resistere allo shock post-industriale.
- Città industriosa, tramite metodologie per poter passare alla nuova prospettiva che guida la relazione contemporanea tra città e produzione: riattivare il ciclo del fare attraverso la competenza e l'abilitazione delle persone e dei luoghi, rendendo cioè la città industriosa piuttosto che industriale.
- Città digitale, da smart city, la città che agisce attivamente per migliorare la qualità della vita dei propri cittadini a smart land,³⁷ ovvero le prospettive che definiscono come costruire un territorio sostenibile, intelligente e inclusivo, attraverso la natura stessa del digitale: immateriale, social e gratuita, che quindi ha bisogno della creazione di processi per sussistere.

37 Bonomi, A., & Masiero, R. (2014). *Dalla smart city alla smart land*. Venezia: Marsilio.





Smart city spesso è sinonimo di connessione WiFi nei luoghi più diversi, di sviluppo di infrastrutture intelligenti, di strade percorse da auto a guida autonoma, di incroci regolati da semafori intelligenti, di un alto livello tecnologico in cui gli oggetti si scambiano informazioni tra di loro, ma anche il luogo dove è possibile produrre alimenti maniera innovativa e praticare una vita sostenibile fatta di bike sharing, car sharing e auto ibride o elettriche.

Il modello Smart city della città di Genova, propone uno schema di partnership attraverso la Costituzione dell'associazione Genova Smart city che, dal 2010, sotto il coordinamento del comune si occupa di costruire un progetto per rendere Genova una città intelligente individuando azioni, progetti e iniziative che possano contribuire al miglioramento della qualità di vita e alla salvaguardia, alla riqualificazione, e alla sostenibilità ambientale in riferimento alle linee guida delle politiche europee e internazionali in materia e allo sviluppo economico, alla crescita occupazionale, al sostegno della ricerca e alla forte collaborazione tra ricerca innovazione e impresa alla partecipazione ai programmi di finanziamento europei, infatti queste linee guida sono anche ampiamente condivise a livello continentale nelle Agende Internazionali che le Nazioni Unite aggiornano periodicamente con l'obiettivo di offrire soluzioni ai relativi temi.³⁸

In rapporto all'esperienza maturata nei partenariati europei, nasce il progetto Genova Resiliente,³⁹ per individuare gli elementi base, anche metodologici, utili ad affrontare il percorso di definizione di una strategia locale, che rappresenti una visione inclusiva e condivisa finalizzata alla focalizzazione delle priorità, degli strumenti utili a prevenire i rischi, a mitigare gli impatti e a potenziare il tessuto urbano, economico, ambientale e sociale della città, muovendo da un processo di rete locale e in quello di networking nazionale ed internazionale.

Sulla base di queste premesse, sono stati lanciati tre diversi asset strategici, elaborati durante la Genova Smart Week 2018,⁴⁰ per indagare e sviluppare in un Piano d'Azione, che costituirà un'ideale roadmap per rendere effettivo il necessario processo di trasformazione di Genova.

38 New Urban Agenda - SDG 2030, Accordi di Parigi e Sendai Framework, Patto di Amsterdam.

39 www.genovameravigliosa.com/it/portfolio/genova-resiliente

40 www.2018.genovasmartweek.it/wp-content/uploads/2018/12/Manca_Comune-di-Genova.pdf

Asset GREY — **Infrastrutture e innovazione**

Elementi chiave

Gli elementi costitutivi di questo asset sono lo sviluppo delle infrastrutture, delle reti di erogazione dei servizi e della diffusione e comunicazione delle informazioni.

Driver di cambiamento

Attraverso processi di transizione digitale, energetica in base al cambiamento demografico, che già ora mostra fasce di popolazione di età diverse che per vari motivi (lavoro, studio, svago, salute) chiedono infrastrutture più customizzate e performanti.

Ruolo dell'amministrazione

Perlopiù slegato dalle logiche di mercato che governano lo sviluppo e la distribuzione, trava la sua catena di valore nell'analisi delle necessità reali del cittadino, cercando di anticipare le tendenze e veicolando gli indirizzi di sviluppo della città.

Temi primari

1. La mappatura della distribuzione delle diverse infrastrutture sul territorio.
2. Le condizioni e lo stato di salute delle infrastrutture rispetto alla domanda che viene dal territorio.
3. Il monitoraggio e la manutenzione preventiva delle infrastrutture per migliorare le performance.
4. La progettazione, sia fisica che concettuale, per garantire la flessibilità delle reti in un quadro di governance condivisa.

Asset GREEN — **Rigenerazione urbana**

Elementi chiave

I cambiamenti climatici e la rigenerazione urbana secondo soluzioni di tipo naturale, capaci di migliorare la vita dei cittadini.

Driver di cambiamento

Il driver che maggiormente influenza il panorama urbano è rappresentato dal cambiamento demografico e dal significativo aumento dell'età media della popolazione cittadina.

Ruolo dell'amministrazione

Attore della regolamentazione e promotore del cambiamento verso livelli di governance sovraordinata, proponendo miglioramenti al quadro normativo

Temì primari

1. L'adattamento al cambiamento climatico attraverso indagine sugli impatti che può avere sul tessuto urbano in vista di azioni intese a sfruttare le opportunità di trasformazione.
2. la prevenzione e lo sviluppo sostenibile come indirizzi generali per affrontare una pluralità di aspetti.
3. L'Agenda Urbana Locale come modello di approccio replicabile alle tematiche.
4. Sustainable Energy & Climate Action Plan, inteso come piano operativo e esecutivo.

Asset SOFT — ***Community e imprese***

Elementi chiave

È il più ampio dei tre, riunisce gli ambiti della governance e dei sistemi socio-economici e i gli elementi qualificanti sono gli impatti economici, la community e le imprese.

Driver di cambiamento

I driver risentono di tutti i trend sopracitati (cambiamento climatico, demografico e transizione digitale) ai quali se ne aggiunge uno specifico rappresentato dallo spostamento, alivello globale, dei nuovi centri di sviluppo economico.

Ruolo dell'amministrazione

Coordinatore orizzontale dei partner coinvolti: istituzioni a vari livelli, Università e istituti di Ricerca, associazioni di categoria e di rappresentanza, impresa e industria.

Temì primari

1. L'analisi della vulnerabilità attraverso indicatori utili a orientare le azioni e misurarne l'efficacia.
2. L'analisi costi/benefici per orientare le risorse e migliorare i processi decisionali.
3. I tools di informazione e fruizione, utili a condividere le conoscenze in ordine ai

- trend di cambiamento e di risposta delle componenti territoriali con un approccio al dato un valore di bene comune.
4. La community resiliente, intesa come sistema plurale in grado di soddisfare i bisogni dei cittadini, di generare ricchezza in modo sostenibile, di garantire diritti e partecipazione e di aumentare la qualità della vita di tutti i suoi componenti.
 5. Il welfare e le misure correlate utili a garantire la maggior copertura per un ampio spettro di popolazione e con particolare attenzione alle dinamiche del cambiamento demografico attuale.
 6. La pianificazione integrata per promuovere maggiore sinergia e coerenza tra i livelli di governo del territorio attraverso le azioni di integrazione del tessuto socio-economico e socio-culturale al fine di valorizzare la produzione di capitale sociale e di risorse.

Infine sono stati organizzati dei tavoli di lavoro e incontri con stakeholder del territorio da cui sono emersi dei focus, in relazione ai quali sono state proposte alcune iniziali soluzioni che saranno oggetto di approfondimento durante lo sviluppo del Piano d'Azione cittadino.

- Una diffusa richiesta di maggiore attenzione a un contesto territoriale che cambia in tempi non coerenti con la normale routine dell'azione amministrativa dell'Ente;
- Un cambiamento nei servizi erogati, con una richiesta di maggiore innovazione e aderenza alle concrete necessità di un territorio vissuto da tante comunità;
- un maggiore dinamismo socio economico che agisca da polo attrattore per investitori e soggetti, anche esterni, capaci di interpretare il cambiamento e la trasformazione della Città;
- una particolare attenzione alle vulnerabilità della popolazione, anche intesa come opportunità di sviluppo per i diversi settori economici;
- un maggiore investimento nei processi di formazione finalizzati a traguardare le nuove professionalità e competenze emergenti richieste dai territori.

CAP.

ITO.

LO

03

**Il confronto delle teorie
e delle pratiche**

3.1.0 The Death spiral in Design¹

3.1.1 Abbiamo davvero bisogno di un'altra sedia?

DESIGNING IS NOT A PROFESSION BUT AN ATTITUDE.

It is integration of technological, social and economic requirements, biological necessities, and the psycho-physical effects of materials, shape, color, volume, and space: thinking in relationships. []

The idea of design and the profession of the designer has to be transformed from the notion of a specialist function into a generally valid attitude of resourcefulness and inventiveness which allows projects to be seen not in isolation but in relationship with the need of the individual and the community.²

————— **László Moholy-Nagy**

1 Il titolo del paragrafo cita l'editoriale di Muratovski, G. (2015). *The Death Spiral in Design*. *Journal of Design, Business & Society*. 1. 3-6. 10.1386/dbs.1.1.3_2.

2 Moholy-Nagy, L., 1947, *Vision in Motion*, Chicago, p.42

3 Rawsthorn, A. (2018). *Design as an attitude*. Ringier.

4 www.nytimes.com/2010/04/12/arts/design/12iht-design12.html

Il design, oggi, deve avere un approccio olistico, tentando di dare soluzioni ai grandi problemi del mondo, e non solo quello legato alla dimensione della produzione industriale, esclusivamente mirata al profitto.

Nella citazione introduttiva, quasi 70 anni fa, Moholy-Nagy, anticipava ciò che deve rappresentare, oggi più che mai, la disciplina del progetto, con doveri assolutamente legati a questioni di un raggio tematico ben più ampliato.

Con lo stesso spirito, e un chiaro elogio, ai concetti predetti da Nagy, Alice Rawsthorn in *Design As An Attitude*³ auspica proprio una liberazione del progetto dalla "schiavitù dell'industria", il che non implica l'esclusione dal mondo dell'impresa e/o dell'economia, bensì pone il monito a tutte quelle forme di produzione non sostenibili, dai diversi livelli di stratificazione; e ne è prova il suo account Instagram, che celebra, in modo acuto e critico, il divenire della storia contemporanea del progetto.

Lei stessa, in un articolo uscito sul New York Time nel 2010,⁴ pone un quesito nei giorni antecedenti i giorni del Salone del Mobile di Milano di quell'anno:

*Il mondo ha bisogno di un'altra sedia?
La risposta ragionevole è "no".*

————— **Alice Rawsthorn**

Proprio in quel periodo storico, quello della grande recessione avvenuta tra il 2007 e il 2013,⁵ l'industria del mobile faticava, quindi urgeva un cambio di strategia, e proprio per questo l'attenzione intellettuale del design si è spostata dalla produzione di cose tangibili, come i mobili, verso il processo astratto di applicare il design pensando a questioni etiche, come problemi sociali, ambientali o umanitari.

Questo non significa rinnegare le proprie origini, anzi, riscoprire e rivalutare il nostro modo di intendere la cultura del progetto nel vivere contemporaneo. Ciò non rende la disciplina progettuale – quella che dà vita agli oggetti che ci circondano – meno interessante di quando non sia da sempre.

Victor Papanek è stato pioniere del design sociale e sostenibile, basato sulla lotta al consumismo irresponsabile e su una presa di coscienza politica. Idee, come quella di combattere il prodotto inutile, che hanno precorso i tempi, come anche la sua missione di gettare le basi per una progettazione sensibile e responsabile in un mondo carente di risorse ed energia.

Attraverso la sua opera Papanek per primo parlò del design come strumento politico, un



Il progetto Talking Hands (a Treviso) che coniuga design e accoglienza, è uno di quelli citati da Alice Rawsthorn in *Design As An Attitude* come esempio di social design rilevante.

5 www.wsj.com/articles/SB1001424052702303591204575169693166352882

concetto ritenuto a suo tempo rivoluzionario, ma ora generalmente accettato: il design non consiste solo nel dare forma a qualcosa, ma è uno strumento di trasformazione che deve considerare punti di vista sociali ed etici.

È proprio di Papanek, infatti, la teoria che il buon design non sia frutto di un singolo, bensì di un gruppo di lavoro che al suo interno raccoglie specializzazioni differenti: il Minimal Design Team⁶ che spazia dal sociologo allo psicologo all'economista.

I temi principali della sua produzione intellettuale, sviluppata soprattutto negli anni '70, oltre alla critica del consumismo che sta alla base di tutta la sua ricerca, sono l'impegno a favore delle minoranze sociali e per i bisogni di quello che all'epoca era noto come terzo mondo, l'ecologia, la sostenibilità, la creazione e la produzione che utilizzano al minimo le risorse disponibili.

Temi visti oggi come necessità, bisogni e trend, all'epoca sembravano anacronistici e solo recentemente sono tornati in auge, dando al professore il meritato elogio per il lavoro svolto, infatti il Vitra Design Museum nel 2018, ha dedicato una retrospettiva a Papanek, *The Politics of Design*.⁷

Un pensiero simile viene dal preside della Facoltà di Arts, Design and Information Technology del George Brown College di Toronto e direttore dell'Institute without Boundaries, fondato da Bruce Mau, Luigi Ferrara secondo cui la fenomenologia della professione progettuale avviene attraverso l'associazione, caricandola di simbolismo per fare un punto politico, eticamente corretto.

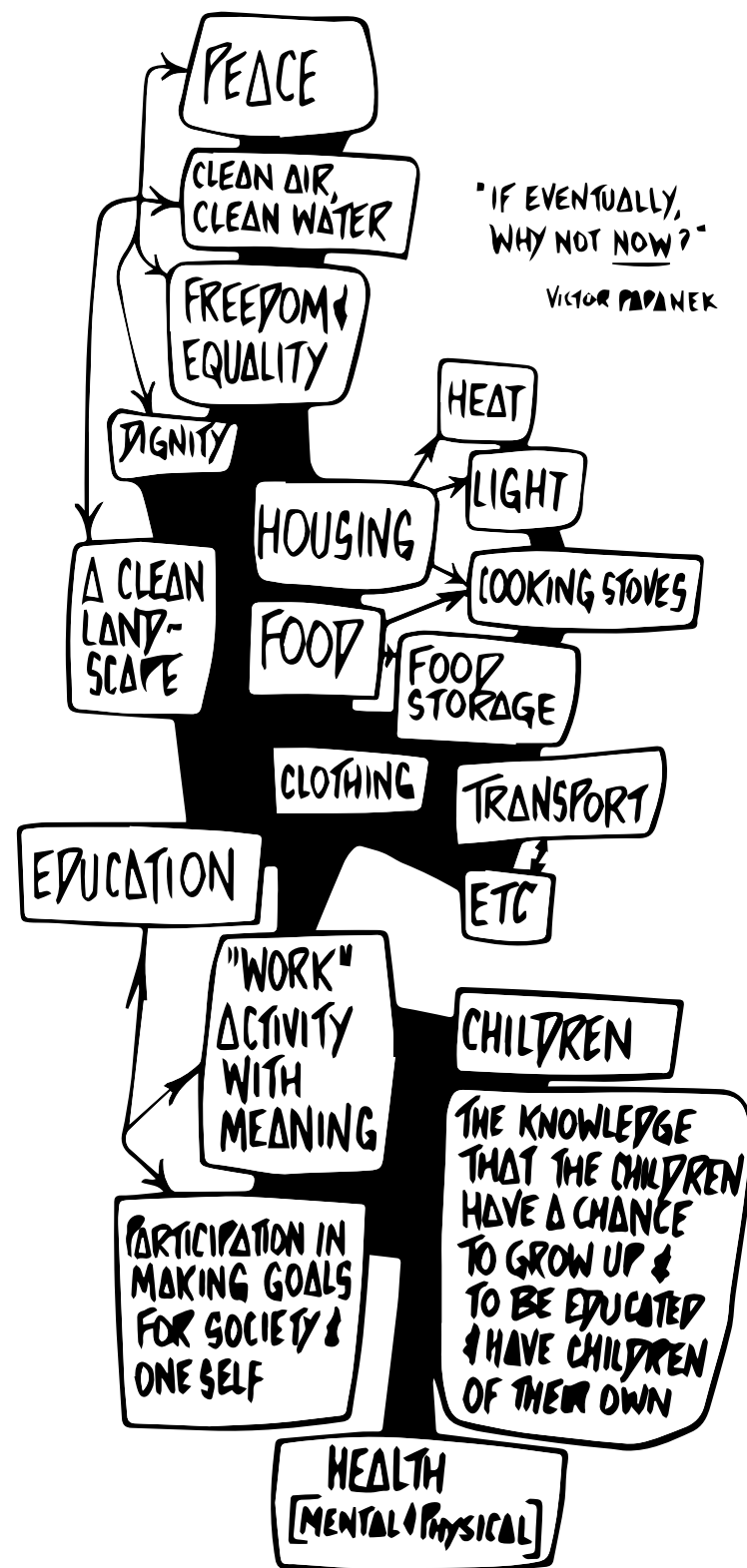
La chiave, per Ferrara, è nell'approccio collaborativo che dovrebbe portare alla maturità quella fase che lui chiama Wisdom Economy,⁸ economia della saggezza. In questo modo, tornerà la partecipazione dell'essere umano nel design, che non sarà più dettato dalla produzione industriale ma nell'aprirsi a percorsi collaborativi con i cittadini che renderà la progettazione migliore e più efficace, dove la priorità non sarà più di capire come avere a disposizione maggiore energia per aumentare le produzioni, ma al contrario come sfruttare al meglio l'energia a disposizione.

6 Papanek, V., & Fuller, R. B. (1972). *Design for the real world* (p. 22). London: Thames and Hudson.

7 www.design-museum.de/en/exhibitions/detailpages/victor-papanek-the-politics-of-design.html

8 Ferrara, L., Plewes, C., Kondruss, G., *Innovating projects in the Wisdom Economy* in Lauria, M., Muscinelli, E., Tucci, F. (2019). *La Produzione Del Progetto*, Santarcangelo Di Romagna: Maggioli Editore

What the People really NEED →



What people really need, Victor Papanek, 1971

3.1.0 The Death spiral in Design

3.1.2 Art director o project manager?

Il design, nell'accezione anglofona di progetto deve essere inteso come catalizzatore per ridefinire collettivamente la nostra relazione con la realtà. È in queste realtà che la figura del progettista, all'interno di una comunità, di natura professionale e/o sociale, diventa alleato fondamentale perché capace di trasformare le utopie odierne in realtà future attraverso le sue conoscenze e competenze, portando innovazione.

La coprogettazione prevede che attorno allo stesso tavolo siedano figure molto diverse, con ruoli diversi, ma con un obiettivo comune: trovare una soluzione e nuove idee per attivare la comunità di riferimento e all'interno della società. Nessuno è un esperto in qualsiasi ambito, ma tutti lo sono in un'area specifica, ognuno può contribuire. Attraverso lo scambio continuo e reciproco, può svilupparsi più rapidamente una sostanziale qualità delle informazioni, oltre che una coscienza collettiva.

Il design deve essere visto più come un processo critico e meno per rendere le cose belle.

Ilse Crawford

Al variare del contesto, sia in un team di professionisti o in una comunità di cittadini, l'approccio al problema o alla questione da affrontare sta radicalmente cambiando.

Project manager «prëğëkt mä'nigë»

Dirigente che ha il compito di gestire un singolo programma o la programmazione del lavoro in una azienda, ed è responsabile della verifica dei risultati.

Art director «aat dirëktë»

Chi ha il compito particolare di curare la scelta e l'esecuzione delle immagini, in collaborazione con il copywriter (v.), che ha la funzione di redigere i testi.

da Enciclopedia Treccani

Un project manager, in un'agenzia di design, dovrebbe apprezzare e comprendere la minuziosità del processo di progettazione al fine di mantenere le cose organizzate e strutturate.

L'essenza stessa della figura di un project manager è facilitare la capacità di un dato team di prosperare e raggiungere i propri obiettivi all'interno di un gruppo di persone, sia di professionisti sia di comuni cittadini, e agisce in modo di assicurare i propri interlocutori siano supportati al meglio e abbiano spazio per essere creativi e funzionali.

Di norma invece l'art director ha funzioni maggiormente votate alla creatività, in tal senso tornano alla mente le parole di Henry Poincaré¹⁰ all'interno del libro "Scienza e metodo", sui processi cognitivi che generano intuizioni creative:

10 Poincaré, H., 1997 Scienza e metodo, Einaudi, Torino

Un risultato nuovo ha valore, nel caso in cui stabilendo un legame tra elementi noti da tempo, ma fino ad allora sparsi e in apparenza estranei gli uni agli altri, mette ordine, immediatamente, là dove sembrava regnare il disordine.¹⁰

Henry Poincaré

Soprattutto nelle realtà aziendali medio piccole, assimilabili a contesti territoriali locali, e a causa di mancanza di risorse e per un cambio di approccio al lavoro strutturato, queste due figure si stanno via via sovrapponendo. Questo nuovo ruolo sarebbe da integrare in diversi livelli di lavori creativi nel lavoro quotidiano. Nella complessità del nostro tempo, più progetti e più voci vengono coinvolte, più le cose diventavano difficili: sapere cosa sta succedendo, allineare tutti applicando metodi creativi su larga scala, amplia le possibilità anche per il resto della società. La chiave sta nel bilanciamento fra le esigenze dei clienti, gli stakeholder interni ed esterni e la società più in generale.

10 Poincaré, H., 1997 Scienza e metodo, Einaudi, Torino, p. 49.

Il lavoro interfunzionale sta diventando il valore predefinito in un contesto professionale come quello della disciplina del design.

3.1.0 The Death spiral in Design

3.1.3 Forma e funzione di valori immateriali?

Per quanto anacronistico, e i contesti socio-economici sono diametralmente opposti, vi sono diversi punti di contatto fra la teorica forma-funzione di William Morris in epoca pre-industriale con l'epoca post-industriale contemporanea. Nel 1879, nella conferenza The Art of the People (l'arte del popolo), Morris afferma l'impossibilità «di dissociare l'arte dalla morale, dalla politica e dalla religione».

In altre parole, se si deteriorano le condizioni sociali – cosa che secondo Morris accade nella società industriale – di conseguenza frana l'arte, come pure la produzione di qualunque artefatto umano (architettura e oggetti d'uso).

Morris anticipa sorprendentemente il fulcro della critica alla società attuale da parte del movimento della Decrescita, ovvero, come afferma Latouche, la perversa tautologia della "crescita per la crescita".

I teorici della Decrescita vertono sul binomio etico-ecologico, mentre l'attenzione di Morris,¹¹ in un frangente storico non ancora segnato dai disastri ecologici si propone sul versante etico-estetico.

Nell'attuale stato socio-economico globale la componente estetico-formale converge sempre maggiormente verso quella etico-ambientale, infatti si vedono sempre più spesso progetti, prodotti, servizi e allestimenti finalizzati ad una narrativa di significato e sensibilizzazione alle tematiche sostenibili e sociali, ancor prima che il reale utilizzo o funzione del soggetto stesso. E in questo processo il fattore umano è sempre più preponderante nelle scelte, sia in quelle proattive, quindi del progettista che propone una sua visione, sia nel soggetto recevente, quindi nel pubblico o in un cliente.

Pasca afferma che, in questa dimensione, per i designer si delinea la possibilità di trovare un senso per il loro operare, al di là

11 Russo, D. (2010). *La visione sociale del design alle sue origini*.

Il principio è in chi crea, non è nel prodotto e non è nella natura: è nelle scelte dell'artefice, artigiano, artista, progettista/designer nel nostro caso. Si pone così il tema delle scelte progettuali, che sono scelte etiche ed estetiche.¹²

Vanni Pasca

della generale tendenza all'estetizzazione degli oggetti sul mercato, per concentrarsi sulla reale fattibilità di progetti utili a molti, con la riaffermazione della volontà di progettarli senza rinunciare alla qualità formale.

Rifiutando quindi un'idea per cui l'etica si dissocia dall'estetica in nome delle esigenze dei meno abbienti, per i quali la qualità estetica sarebbe inutile, mentre dovrebbe restare patrimonio dei consumatori/fruitori.

Ed proprio questo il nodo cruciale della questione, come già enunciato e reso manifesto dal World Design Summit di Montreal, formalizzando una posizione comune sull'uso del design per affrontare e risolvere le sfide economiche, sociali e ambientali del pianeta, in cui il design diventa motore di innovazione e competizione, crescita e sviluppo, efficienza e prosperità.

Etica ed estetica si contaminano in modo bidirezionale e l'indotto del processo progettuale risulta essere anche lo specchio della nostra società e del nostro ambiente.¹³

12 V. Pasca, *Il design nel futuro*, Enciclopedia Treccani del XXI sec., 2010, in [http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro_\(XXISecolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro_(XXISecolo)/).

13 Fagnoni, R., *Dare forma, la visione sociale e orientata al futuro del design in Bertotti, A. (2016). Diversamente uguali: Noi, gli altri, il mondo*. Edizioni Paoline.

La bellezza non è una categoria che si può definire, è un termine convenzionale. Quando dico che l'estetica è il problema del futuro, intendo dire che il mondo deve essere migliorato dal punto di vista ambientale-estetico, altrimenti si produrrà qualcosa che, da rifiuto estetico, si tramuterà in rifiuto etico, quindi politico; ecco quindi che l'estetica ha un ruolo centrale nei modelli di sviluppo della società. Mi riferisco a Brodskij, premio Nobel per la letteratura nel 1987, quando ha affermato che i paesi socialisti dell'Est sono crollati per un collasso estetico: erano talmente brutti che hanno prodotto un rifiuto culturale e politico. Per me una analisi di grande lucidità e di grande verità, perché estetica ed etica s'intrecciano in maniera molto stretta.

Andrea Branzi



TM/MC

MONTREAL
OCT. 16—25 2017

**"TUTTE LE PERSONE MERITANO DI VIVERE
IN UN MONDO BEN PROGETTATO"**

MONTREAL DESIGN DECLARATION

**ISSUED AT THE 2017 MONTREAL
WORLD DESIGN SUMMIT**

**World
Design
Summit™** **Sommet
Mondial
du Design^{MC}**



- *Il design è un agente per soluzioni sostenibili create per le persone e per supportare il nostro pianeta*
- *Il design esprime la cultura*
- *Il design aggiunge valore alla tecnologia*
- *Il design facilita il cambiamento*
- *Il design introduce l'intelligenza nelle città come base per comunicazioni migliori, ambienti più vivibili, migliore qualità della vita e comunità locali più prospere*
- *Il design risponde alla resilienza e gestisce i rischi*
- *Il design promuove lo sviluppo delle piccole e medie imprese in generale e delle industrie creative in particolare*

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.1 Cambiamenti socio-culturali

14 Branzi, A. (2010). *Ritratti e autoritratti di design*. Marsilio; Milano: Fondazione Cologni.

Come dice Branzi,¹⁴ il design oggi è considerabile come professione di massa, un'attività che cerca di interpretare l'estetica per le sue possibilità tecnologiche, e la tecnologia per le sue possibilità estetiche.

Si tratta quindi di una professione ibrida che incrocia competenze e conoscenze diverse. Il designer è qualcuno che sa usare sia l'arte che la tecnica. Deve essere partecipe della contemporaneità e quindi avere una visione critica della contemporaneità stessa.

15 www.businessinsider.com/the-worlds-25-best-design-schools-2012-11?IR=T#25-hong-kong-polytechnic-university-1

Secondo Businessinsider,¹⁵ valutando le prime sessanta scuole al mondo di design, si hanno centomila nuovi designer ogni anno, a cui vanno sommati gli architetti, gli ingegneri, gli artisti e altri rappresentanti del settore delle creative industries, si può parlare effettivamente di una popolazione di creativi in un contesto in cui i produttori tradizionali diminuiscono ma aumentano i creativi coinvolti o coinvolgibili in attività produttive.

Tutto questo fa sì che si possa iniziare a ragionare con figure di progettisti che sono capaci e possono interagire, anche grazie alle tecnologie ai luoghi che lo permettono, direttamente con il proprio mercato di riferimento e in questa prospettiva sono gli stessi progettisti che diventano micro-produttori o autoproduttori. Per questo motivo il design contemporaneo si struttura attraverso nuove strategie di comunicazione, promozione, rifunzionalizzazione urbana di reti commerciali e non, nuovi servizi ambientali, ricerca pura, la sperimentazione e produzione autonoma.

In questa dimensione si fa sempre più presente la figura del designer impresa (Maffei e Bianchini, 2015)¹⁶ ovvero progettisti in grado di riassumere nella sfera personale tutte le funzioni tradizionalmente riferite ad un'azienda e che vanno dalla Ricerca e Sviluppo, prototipazione, fabbricazione,

16 Maffei, S., & Bianchini, M. (2015). *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*, Laboratorio EXPO, Fondazione Feltrinelli

vendita, comunicazione, marketing e reperibilità di finanziamenti (come ad esempio il crowdfunding) in un'unica figura e in un luogo molto piccolo.

Da un lato si può parlare di artigianato aumentato, inteso come la capacità del designer di entrare in possesso di tecnologie digitali per evolvere una produzione artigianale o per ricostruire un processo artigianale laddove il progettista non possiede le capacità manuali per avere il controllo sulla produzione, dall'altra di industria semplificata, che viceversa stimola il designer a ragionare su come scomporre quel grande processo per ridurlo in un pezzo piccolo di laboratorio per poter dar vita a produzioni in sintonia con quello che è capace di fare.

Esempio è la Creative Factory,¹⁷ progetto della Design Academy di Eindhoven, in cui è stato ricostruito, in un laboratorio, il processo industriale per poter utilizzare materiali polimerici, per costruire vari tipi di oggetti attraverso stampi, come termoformatura e i rotazionali, quindi tecniche dell'industria ma completamente manualizzate per arrivare a definire nuove tipologie di prodotti artigianali. La suggestione di tale progetto è il processo sociale in cui le persone si riappropriano del controllo diretto e personale dei mezzi di produzione.

Questa è l'evidenza contemporanea di ciò che Maldonado affermava già durante gli anni di Ulm,¹⁸ in cui alla base della formazione di un designer doveva esserci la consapevolezza di considerare il proprio mestiere dalla valenza intellettuale-tecnico, e quindi un profilo in grado anche di esprimere una critica soggettiva alla dimensione in cui opera e contraria al nichilismo tecnocratico. Altresì, il progettista ha un importante ruolo sociale da cui derivano responsabilità nei confronti della collettività e la necessità di una forte impronta etica, grazie a una base culturale ampia e solida, capace di maggiore responsabilità.



17 www.designacademy.nl/study/master/student-projects/articletype/article-view/articleid/1923/the-creative-factory

18 Maldonado, T. (1995). *Che cos'è un intellettuale? Avventure e disavventure di un ruolo* (1. ed). Feltrinelli.

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.2 Problem solver e sense maker

**Tutti dovrebbero progettare per evitare di essere progettati.
La creazione è un atto di guerra, non un armistizio con la realtà.¹⁹**

Enzo Mari

¹⁹ www.repubblica.it/cultura/2015 - Intervista di Antonio Gnoli ad Enzo Mari

Sin dal secondo dopo guerra, possiamo constatare come si sia imposta una nuova attitudine alla progettazione, maggiormente improntata alla responsabilità sociale, con l'obiettivo di creare un metodo più inclusivo e maggiormente centrato sui bisogni dell'utente finale in modo da creare servizi, strategie e spazi che siano affini con le esigenze di quest'ultimo.

Pionieri come Victor Papanek e Jane Jacobs ed hanno fatto sì che emergesse un nuovo termine, social design, il quale fonda la sua esistenza sul fatto che spesso la progettazione assume un significato differente per chi ne è parte attiva da chi ne è parte passiva; i criteri di valutazione e le aspettative delle due possono essere molto diverse tra loro essendo centrate esclusivamente sulle qualità estetiche o tecnologiche, più in generale alle caratteristiche funzionali e mirate al problem solving del prodotto o servizio a scapito del significato culturale dello stesso; diverse possono essere le ragioni e le interpretazioni per cui si è trascurato questo lato del design: in una prospettiva socio-economica, la credenza diffusa che il disegno industriale, sia una mera branca applicativa di un sistema economico improntato al profitto e alla mercificazione che è causa della sua stessa crisi, invece in un'altra ottica, che trascende questa subalternità nei confronti degli interessi economici, quindi in linea teorica-progettuale, la tendenza al pragmatismo e a una visione esclusivamente soluzionistica di attitudine al concetto di progetto.

Questo design emergente,²⁰ definito così da Ezio Manzini, non vuole trascurare la fenomenologia del problem solving, ma implementare ad esso un "sense making", ovvero una creazione di significati, generando narra-

²⁰ Manzini, E., 2015, *Design, When Everybody Designs An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT Press, Cambridge

zioni che diano un sistema di senso alle soluzioni derivate dal "problem solving".

Prendendo atto di ciò che si è detto fino ad ora, il processo va analizzato su vari livelli di lettura della dicotomia "problem solving" e "sensemaking", della loro complementarità e sussistenza per la creazione di una proposta di nuova cultura del progetto nell'ambito del design sociale; quest'ultimo assume connotazioni diverse da quello tradizionale proprio per la sua intenzionalità e filosofia improntata a criteri di partecipazione. Innanzitutto bisogna capire che il design va inteso come un processo interdisciplinare, piuttosto che come una sola disciplina, proprio per questa sua natura le capacità e competenze che provengono da differenti ambiti lo rendono "open ended", ovvero un continuum in cui interagiscono attori che portano una propria specificità.

Fin dalla comparsa dell'homo sapiens, vi fu la predisposizione a capire il prossimo, accettarne le diversità e a cooperare oltre i legami familiari. L'uomo è, più di qualsiasi altro essere vivente, un animale sociale.²¹

²¹ Aronson, E. (2006). *L'animale sociale*. Apogeo Editore.

A maggior ragione in una società complessa come la nostra che è quella di internet e dei social network, dove la condivisione, la connessione e il cambiamento (purtroppo anche nelle accezioni negative) avvengono in modo globale e non più circoscritto e molto più velocemente di quanto non accadesse nel secolo scorso.

In tutto il mondo centinaia di migliaia di persone, gruppi, organizzazioni confrontandosi con problemi difficili, sperimentano soluzioni originali e indicano nuovi modi di vivere e la via verso un'innovazione sociale per un benessere collettivo. Quest'ondata di innovazioni sociali sono radicali e promosse dal basso, una sorta di risorgimento del proletariato del terzo millennio, basate sulla partecipazione e la condivisione, talvolta ottenendo risultati assolutamente positivi.

Negli ultimi anni si è parlato molto della "sharing economy", ovvero l'economia della collaborazione, un esempio è sicuramente il carpooling, modalità di trasporto che consiste nella condivisione di automobili private tra un gruppo di persone, riducendo i costi del tra-

sporto e promuovendo la mobilità sostenibile, da cui si generano altre sovrastrutture che si traducono in nuove regole (cartellonistica stradale apposita), nuove imprese (carpooling, it e Blablacar) e nuove tecnologie dedicate (Uber); ovviamente questo modello può avere alcuni limiti e portare con sé altre problematiche (sicurezza dell'utente e rivolta dei taxiisti) ma come si è prima citato, questo fenomeno è un processo in continuo divenire: trovata una soluzione, potrebbero incorrere altri problemi a cui si troveranno diverse soluzioni.²²

22 www.roma.repubblica.it/cronaca/2017/02/24/news/la_lettera_caro_tassista_prova_a_intercettare_il_carro_della_tecnologia-159072589/

In ogni caso il nodo cruciale della questione sta nel fatto che queste reti collaborative hanno rotto alcuni elementi di ciò che è stato una delle linee portanti della modernizzazione e dello sviluppo, volendo anche d'impronta capitalistica, l'individualizzazione, arrivando addirittura all'*alienazione* che è quel processo che estranea un essere umano da ciò che fa fino al punto di non riconoscersi in se stesso.

In questa prospettiva di sharing ideas, si dà spazio a persone che collaborando, ottengono risultati analizzando ed intervenendo negli aspetti della vita quotidiana come l'abitare, il cibo e il trasporto. Ciò avviene, non ancora in maniera maggioritaria, ma sicuramente con lo stesso elemento comune: la collaborazione. Si ottengono risultati tangibili sicuramente, ma al tempo stesso si generano anche dei beni relazionali, ossia legami tra persone come l'amicizia, la fiducia reciproca e il senso d'appartenenza; quindi sviluppando reti collaborative²³ si vengono ad instaurare beni relazionali, sotto prodotto di grande valore sociale, e su cui si potrebbe e dovrebbe costruire una nuova idea di prosperità, perché a differenza di altri beni, come quelli materiali, non sono costretti da limiti ambientali: se ci sono tante persone che hanno fiducia l'un l'altra, che hanno atteggiamenti amichevoli, non si toglie niente al fatto che queste possano averne con tante altre. La costruzione di beni relazionali è uno dei presupposti per creare un'idea di futuro di benessere. Queste relazioni tra persone, sviluppandosi, diventano beni comuni, generati e gestiti da una comunità che si rende responsabile.

Alienazione: in Marx, tipico dei rapporti di produzione capitalistici, attraverso il quale ciò che è proprio dell'uomo, in quanto frutto del suo lavoro, gli diviene estraneo o gli viene sottratto

23 Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: progetti di vita che cambiano il mondo*. Edizioni di Comunità: Roma

Sarebbe, in un certo senso, un ritorno alle origini, ma l'applicazione di questa attitudine trasposta in una realtà urbana sarebbe il risultato di un bene comune. Perché questo possa accadere non basta una singola persona, ma si rende necessario, un sistema di relazioni, che creano beni comuni sociali ponendo le basi e le condizioni in cui sviluppare capacità collaborative che nel tempo si sono perse.

Richard Sennett²⁴ dice che le società contemporanee ci stanno "de-skilling", togliendo la capacità alla collaborazione, tutto ciò che si è detto finora è la dimostrazione di come questi meccanismi possano invece funzionare.

La progettazione sta nell'organizzare le reti collaborative, o almeno in alcuni dei loro aspetti, puntando alla creazione di beni sociali, ed è proprio questo ciò che deve fare il design per l'innovazione sociale.

La ricerca nelle scienze naturali si occupa di come stanno le cose. La ricerca in progettazione (scienze artificiali) analizza come le cose dovrebbero essere, inventando artefatti per raggiungere quella determinata situazione.²⁵

24 Sennett, R. (2014). *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione* (A. Bottini, Trad.). Milano: Feltrinelli.

25 Simon, H. A. (1969). *The Sciences of the Artificial*. (1988) *Le scienze dell'artificiale* (A. Trani, Trad.). Bologna: Il Mulino.

«Everyone designs who devise courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones. The intellectual activity that produces material artifacts is no different fundamentally from the one that prescribes remedies for a sick patient or the one that devises a new sales plan for a company or a social welfare policy for a state»⁷

Herbert Simon

Il contributo del progettista esperto,²⁶ di chi ha seguito degli studi e acquisito nozioni tecniche, è di riuscire ad immaginare ecosistemi favorevoli, cioè rendere le condizioni favorevoli perché altri si mettano in moto, in un mondo dove tutti progettano, creando soluzioni, nozioni culturali e relazioni infrastrutturali. Con ciò si vuol dire che il design va interpretato come una capacità umana intrinseca nell'individuo:

26 Manzini, E., 2015, *Design, When Everybody Designs An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT Press, Cambridge

» Senso critico: » una cosa non va?
» Creatività: » vediamo come fare
» Senso pratico: » in che modo poterlo fare

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.3 Modalità e conoscenze del designer

27 www.designintech.report/2019/03/09/design-in-tech-report-2019/

John Maeda nel suo ultimo "Design in Tech Report 2019"²⁷ descrive come il modo in cui il design è praticato oggi nel mondo hi-tech e di come sia diverso rispetto a 10 anni fa.

Per quanto il rapporto tra tecnologia e design si discosti leggermente dalle tematiche precedentemente descritte, in cui la componente del business digitale passa in secondo piano, risulta interessante invece la prospettiva con cui l'autore si approccia alle tematiche della progettazione in senso più ampio e trascendendo dalla dimensione ipertecnologica. Nel report individua tre tipi di design: Classical design, Design thinking e Computational design che applica cioè strategie computazionali al processo progettuale e trova soluzioni logiche e creative capaci di promuovere efficienza e innovazione.

Questa categorizzazione non implica però né l'evangelizzazione né tanto meno una glorificazione della disciplina, come invece spesso avviene, ma intesa come meccanismo di un processo molto più ampio.

Nelle aziende tecnologiche il design deve svolgere un ruolo secondario piuttosto che un ruolo di leadership, Maeda afferma, che "il design dovrebbe essere come un attore o attrice non protagonista per i personaggi principali di un'azienda tecnologica, quali sviluppatori e product manager".

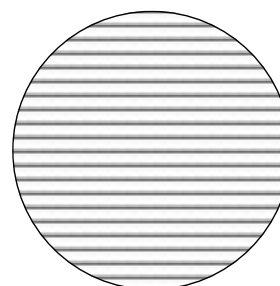
Secondo questa teoria i designer dovrebbero concentrarsi sull'essere buoni compagni di squadra piuttosto che leader. In molti casi l'estrema estetizzazione di un prodotto o di un'azienda distrae dalla visione reale: realizzare progetti che risolvano i problemi delle persone. Per Maeda, il design assume un ruolo di supporto a diversi tipologie di processi, anche esterni a dinamiche aziendali, una questione che deve essere da monito per una presa di coscienza della disciplina in mondo da ampliarne lo spettro d'azione.

There are three kinds of design.

01

There's a right way to make what is perfect, crafted, and complete.

Classical Design

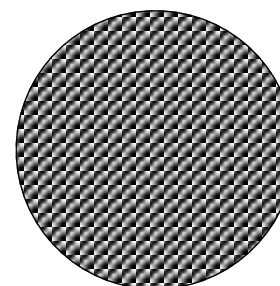


Driver/ the Industrial Revolution, and prior to that at least a few millennia of ferment.

02

Because execution has outpaced innovation, and experience matters.

Design Thinking

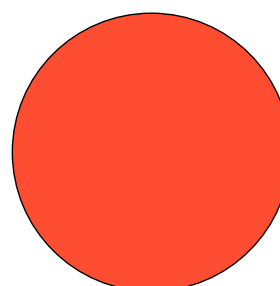


Driver/ the need to innovate in relation to individual customer needs requires empathy.

03

Design for billions of individual people and in real time, is at scale and TBD.

Computational Design



Driver/ the impact of Moore's Law, mobile computing, and the latest tech paradigms.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.1 Design sistemico

Tutte le grandi trasformazioni erano impensabili fino a quando non sono successe davvero; il fatto che un sistema di pensiero sia così radicato non significa che non può cambiare.²⁸

Edgar Morin

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

Chi compra un prodotto spesso lo fa per sentirsi parte di un gruppo sociale, e quindi quella decisione è indotta da un momentaneo desiderio e non da una reale necessità.

La reale possibilità evolutiva sta nel ribaltare i valori che sono radicati nella società contemporanea porre l'essere dinanzi all'avere e quindi al centro delle nostre azioni, perciò la consapevolezza di questo valore non avviene tramite mezzi esterni ma attraverso la percezione delle necessità legate alla preservazione dell'esistenza di ciascuno, che vuol dire relazionarsi armonicamente con l'intorno è fondamentale.

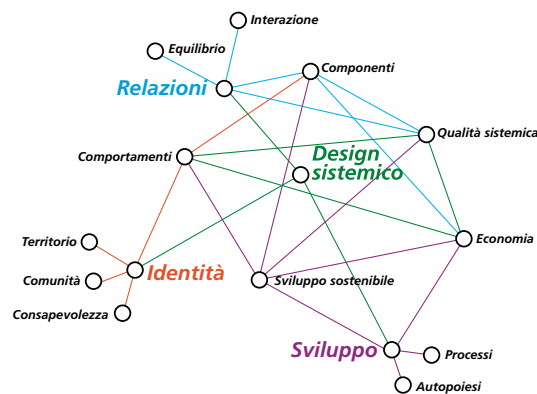
Come designer ci si dovrà chiedere se vorremo progettare solamente il prodotto, o vorremo progettare per l'uomo.

Il design nel tempo è diventato un punto di riferimento per lo sviluppo dell'innovazione, creando sempre più nuovi prodotti, ma ha però relegato a un ambito più tecnico/tecnologico tutte quelle problematiche riguardo l'utilizzo delle materie prime, dell'energia, smaltimento e scarti di produzione, che però devono essere conosciuti e far parte della progettazione.²⁹

Non bisogna focalizzarsi solo sul prodotto, ma integrare anche tutto il complesso di relazioni generate dal processo produttivo. Il focus del design sistemico quindi è l'uomo, inserito nel sistema in cui vive e in cui attiva le proprie relazioni. Devono vivere armonicamente processo industriale, agricoltura, la società con il sistema naturale (la natura) nello stesso contesto territoriale.

29 Gallio, V., *Artigianato, comunità e territorio: un sistema complesso*, p. 61-72, in Bistagnino, L. (2016) *microMACRO, micro relazioni come rete vitale del sistema economico e produttivo*. Milano: Edizioni Ambiente

Il Design sistemico è quella metodologia di progettazione olistica, il cui ambito rizomatico definisce un sistema come un agglomerato di sistemi, una rete di soggetti legati da relazioni e flussi di materia, energia, informazioni, che generano un aumento del flow economico e nuove opportunità di lavoro, secondo la funzione bilaterale output – input, in cui gli scarti, o comunque le eccedenze, di un sistema diventano risorse per un altro.



Lanzavecchia, C. (2012). *Il fare ecologico*. (versione aggiornata) Paravia, Turin, 8.

Solo attraverso meccanismi autopoietici i sistemi si sostengono e si riproducono autonomamente, generando relazione intrinseche ed estrinseche rendendo il sistema stesso aperto, dove potenzialmente ciascun elemento può risultare strategico. Questi sistemi aperti che si sono messi in azione si sostengono e si riproducono autonomamente coevolvendo congiuntamente e ottimizzando tutte le parti all'interno dell'ecosistema in modo coerente le une con le altre. Tuttavia il contesto in cui si opera è fondamentale e prioritario rispetto all'esterno, infatti agire localmente permette di valorizzare le risorse interne di uomini, cultura e materia, accompagnando e gestendo, in tutte le fasi di sviluppo del progetto, un dialogo vicendevole tra i vari attori di questo terreno culturale, risolvendo problematiche e creando nuove opportunità in loco. In definitiva, l'uomo diventa centro del progetto: l'uomo relazionato al proprio contesto ambientale, sociale, culturale e etico.³⁰

30 Germak, C., Bistagnino, L., & Celaschi, F. (2008). *Uomo al centro del progetto-Design per un nuovo umanesimo* | *Man at the Centre of the Project-Design for a New Humanism*. Umberto Allemandi & C., Torino.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.2 Design per l'innovazione sociale

Definiamo innovazioni sociali le nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che soddisfano dei bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni. In altre parole, innovazioni che sono buone per la società e che accrescono le possibilità di azione per la società stessa.³¹

————— **Geoff Mulgan**

³¹ Murray, R., Grice, J.C., Mulgan, G., (2011), *Libro bianco sull'innovazione sociale. Versione in italiano* scaricabile su: <http://www.societing.org/2011/06/il-libro-bianco-dellinnovazione-socialefeel-the-innovation/>

Il Design per il sociale è emerso come un fenomeno discorsivo (Service design, social design, design thinking, design for social innovation) risultante dalla confluenza di diversi fattori, tra cui la crescente visibilità della progettazione strategica, l'innovazione sociale e l'imprenditorialità, l'austerità politica, lo spostamento dei meccanismi di governance verso principi, regole e procedure di gestione di una società aperta e/o di rete.

Per guidare la transizione delle imprese cooperative e delle imprese sociali, il design va inteso come strumento di progettazione che deve necessariamente interagire con altri campi adiacenti, in particolare creare relazioni con quello economico, con la pianificazione territoriale e con il terzo settore.

Poiché le relazioni, non si possono progettare, quello che si può fare è di intervenire sul loro ambiente: progettare dei sistemi di prodotti, servizi e comunicazione che rendono una data maniera di essere e di fare più facile, più interessante e quindi più probabile, e quindi ambienti sociali fisico-digitali più favorevoli.

Questi ambienti, secondo Manzini,³² sono le comunità di luogo, nuove comunità che si collocano nello spazio producendo un luogo ibrido tra il fisico e il digitale determinando anche la continuità temporale della quotidianità.

³² Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: progetti di vita che cambiano il mondo*. Edizioni di Comunità: Roma

Il capitale umano che si viene a formare in questi contesti, deve conoscere e saper utilizzare strumenti e metodi di co-progettazione, saper co-creare risposte progettuali ai bisogni e alle sfide del territorio avvicinandosi in maniera processuale ad un progetto-sistema che nella maggior parte dei casi avviene in situazioni di una forte antropizzazione.

Gli ambiti applicativi si sviluppano in quattro aree chiave che spesso sono trasversali e sovrapponibili:

- Design per la coesione sociale, categoria che comprende azioni sulla progettazione di interventi negli spazi pubblici come promozione dello sviluppo urbano finalizzato all'inclusività dei cittadini. Attraverso interventi strategici designer e residenti possono introdurre vitalità nella loro contesto urbano, supportare interazioni sociali e riappropriarsi di spazi urbani.
- Design per la rigenerazione dei commons, riattivazione e manutenzione di luoghi pubblici (spesso in stato di degrado) attraverso interventi in stretta collaborazione con la comunità di luogo, corroborata dai processi di co-design e dalle strategie di costruzione della comunità.
- Design per la produzione urbana, si manifesta attraverso filiere economiche alternative, come ad esempio i DES (Distretti di economia solidale) in cui i soggetti partecipanti si aiutano a vicenda per soddisfare quanto più possibile le proprie necessità, promuovendo nuove catene di valore, forme innovative di network sociale. A tal fine, le aziende più piccole, con l'obiettivo di integrare nello scenario urbano diversi attori.
- Design per l'infrastrutture urbana. La città viene percepita come una serie di ecosistemi in cui coesistono una moltitudine di comunità, comunità di comunità e reti sociali, in questa dimensione il design è in grado di sviluppare e strutturare piazze fisiche e piazze digitali.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.3 Design strategico

La forma materiale è solo l'espressione di un sistema ben più complesso di valori che si articola in un continuum di aspetti materiali e immateriali. Le capacità che sono proprie della disciplina favoriscono visione, fluidificano conoscenza, analizzano contesti, costruiscono storie e danno senso alle strategie.

L'evoluzione moderna delle tecnologie ha fatto sì che la progettazione dei prodotti e servizi sia negli anni cambiata spostandosi sempre di più da quello che è il prodotto vero e proprio a ciò che l'utente finale dovrà fruire, è quindi necessario pensare a nuove metodologie per predisporre le condizioni ottimali in modo da garantire all'utente il modo più ottimale possibile per fruirne.

33 Zurlo, F., *Della relazione tra strategia e design: note critiche in Manzini, E., Baulé, G., & Bertola, P. (2004). Design multiverso: appunti di fenomenologia del design. Milano: Poli.design.*

Il design strategico³³ si inserisce in questo contesto, analizzando le modalità del consumo contemporaneo e come un determinato sistema, non necessariamente commerciale, risponde a queste esigenze di consumo. Da ciò è emerso un progressivo aumento di integrazione dell'utente finale, applicabile sia nel b2b e nel b2c, e quindi un progressivo coinvolgimento dell'utente nella creazione del valore, aggiungendo aspetti significativi all'offerta.

Il design strategico pone al centro dell'attività di progettazione il sistema-prodotto, ovvero l'insieme integrato di prodotti, servizi e comunicazione con cui un'impresa, o un'organizzazione in senso più ampio, si presenta al proprio pubblico e si colloca nella società dando forma alla propria strategia.

L'evoluzione della disciplina ha attraversato diverse implementazioni di processo: dal solo prodotto si è aggiunto lo storytelling inerente al tema della comunicazione del prodotto. Dopo di che si è aggiunto il servizio, che stabilisce una relazione con l'utente finale e riesce a connettere chi offre con chi fruisce. In fine l'experience, che coinvolge l'utente anche sul piano emotivo psicologico.

È evidente come il ruolo del progettista e il ruolo dell'industria sta cambiando, tendendo alla creazione di prodotti, non più chiusi definiti e conclusi, ma prodotti che abilitino il consumatore finale a metterci qualcosa di proprio in modo da poter realmente riconoscersi nelle proprie scelte.

Questa necessità nasce da una progressiva commoditification delle merci, un termine riconducibile alla tradizione marxista identificabile come "feticismo delle merci" che dissocia ogni rapporto umano e sociale in semplici rapporti fra cose, autonome rispetto a chi le ha prodotte e così dimenticando che ogni oggetto è il frutto del lavoro umano.

Secondo Tom Peters,³⁴ per contrastare questo fenomeno della commodification, si attuano strategie affinché questi beni indifferenziati possano acquisire valore, declinando su diversi versanti in diversi ambiti il progetto.

Il design strategico deve promuovere il fenomeno di mass customization, processo di replica in scala di un prodotto mirando alla fruizione diversificata da tanti soggetti diversi che vanno a personalizzare la propria esperienza di utilizzo.

Il design³⁵ con la sua capacità di analisi dei cambiamenti e di disegnare futuri plausibili tramite i segnali che emergono dalla tecnologia, dalla società, dalla cultura, offre la possibilità di:

- see - vedere e interpretare il contesto
- foresee - prevedere e costruire scenari futuri
- make other see - presentare e comunicare scenari e soluzioni

con il tentativo di cristallizzare questi segnali in scenari.

Servizi innovativi e soluzioni collaborative stanno già rivoluzionando la nostra quotidianità e in questo senso, oggi anche la politica dovrebbe ispirarsi al design, dotandosi di migliori strumenti per comprendere i problemi reali ed elaborare le possibili soluzioni per cogliere appieno le opportunità dei cambiamenti oggi in atto.

34 Peters, T., & Mazza, A. (2010). *Le piccole grandi cose*. Sperling & Kupfer.

35 Best, K., & Zurlo, F. (2016). *Design management gestire strategie, processi e implementazione*. Bologna: Zanichelli.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.4 Design per il territorio

36 La Pietra, U. (1988). *Genius loci* (Vol. 28). Alinea.

Il primo ad avere coniato il termine design territoriale è Ugo La Pietra³⁶ che, in controtendenza rispetto ai tempi (è del 1988 la mostra "Genius Loci" ad Abitare il tempo a Verona), riscopriva il valore dei saperi e dei materiali locali e di quell'artigianato che si faceva colto interprete dei territori italiani.

Il ruolo del design in relazione al contesto territoriale sta profondamente cambiando e se sono evidenti le nuove sfide tematiche, sia da un punto di vista stanziale, quindi per quelle persone che abitano e vivono un determinato luogo, sia per chi invece è transitorio, come turisti, studenti fuori sede o trasfertisti.

La celebre espressione di Ernesto Nathan Rogers "dal cucchiaino alla città" ben rappresenta l'approccio che i designer amano tessere rapporti di fiducia e creatività con i futuri utilizzatori dei loro prodotti e sono inclini al lavoro collaborativo, specialmente nell'ambito della produzione artigianale e industriale.³⁷

Jean-Jacques Terrin

37 Terrin, J. J. (2015). *Dal cucchiaino alla città. IN_BO. Ricerche e progetti per il territorio, la città e l'architettura*, 6(3).

E in questo senso anche il rapporto con il territorio, il motore principale deve essere l'innovazione, attraverso la collaboratività e la cooperazione in cui il progettista professionista assume il ruolo di mediatore e interprete di necessità e desideria locali.

Le professionalità che il progettista per e del territorio deve possedere, vanno ad impattare direttamente sulla creazione di nuove opportunità sostenibili per le imprese, nel senso lato di azione, per lo sviluppo di nuove competenze sociali e che abbia ricadute sul benessere collettivo della popolazione.

In un'era globalizzata e iperconnessa come quella odierna, la valorizzazione di peculiarità locali, si amplificano grazie alla programmazione strutturata di una visione d'insieme, il territorio, deve percepirsi ed

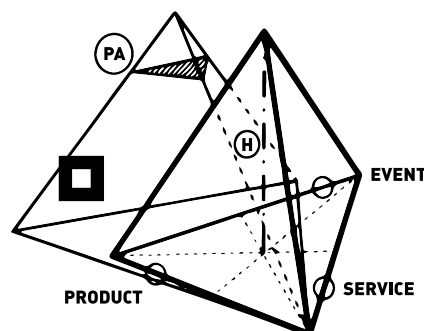
essere percepito come un organismo vivente in continua trasformazione e in continuo divenire, contaminandosi dal macro al micro con le diverse soggettività globali, attraverso l'abilitazione delle tecnologie digitali.

Azioni come la rigenerazione urbana,³⁸ che interessa ambiti tematici diversi, dalla dimensione culturale a quella economica, vede un sempre maggior coinvolgimento delle persone in percorsi partecipativi, come ad esempio gli spazi pubblici riadibiti ad ospitare eventi, mostre temporanee e temporary shop.

E allo stesso modo la progressiva e "adozione" da parte di associazioni e abitanti, per svolgere attività a carattere sociale, riabilita luoghi come le piazze. Questo vuol dire concepire il territorio come un bene non solo socioculturale e naturale, ma anche economico e quindi legato alle specificità e caratteristiche produttive.³⁹

Il "territorial designer" ha quindi il compito di interfacciarsi, oltre che con la comunità locale, anche alla rete di imprese che operano e lavorano su un territorio al fine di determinare strategie comuni per favorire l'identificabilità e il marketing del luogo stesso, consentendo anche alla singola impresa, la messa a punto del proprio prodotto e della propria proposta commerciale, congruente alle imprese del proprio distretto.

Inoltre, data la natura e l'incommensurabile patrimonio che le terre italiane offrono, questa figura, attraverso pratiche design-oriented, andrà a contaminare le azioni delle imprese turistiche per la riorganizzazione dell'offerta, attraverso una strategia olistica e sistemica secondo le logiche - prodotto - servizio - evento.⁴⁰



38 Villari, B. (2012). *Design per il territorio: Un approccio community centred*. F. Angeli.

39 Follès, S. (2013). *Design & identità: Progettare per i luoghi*. FrancoAngeli.

40 Vannicola, C. (2017). *La prose strategy: Il design del prodotto servizio evento*. Firenze: Forma.

La prose strategy

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.4 Design dei processi

Partendo dal presupposto che nei processi di progettazione dei servizi il valore non risiede solo nei prodotti o servizi stessi né nei significati ad essi attribuiti attraverso il marchio ma emerge nella pratica stessa della progettazione.⁴¹

Shove, Watson e Ingram

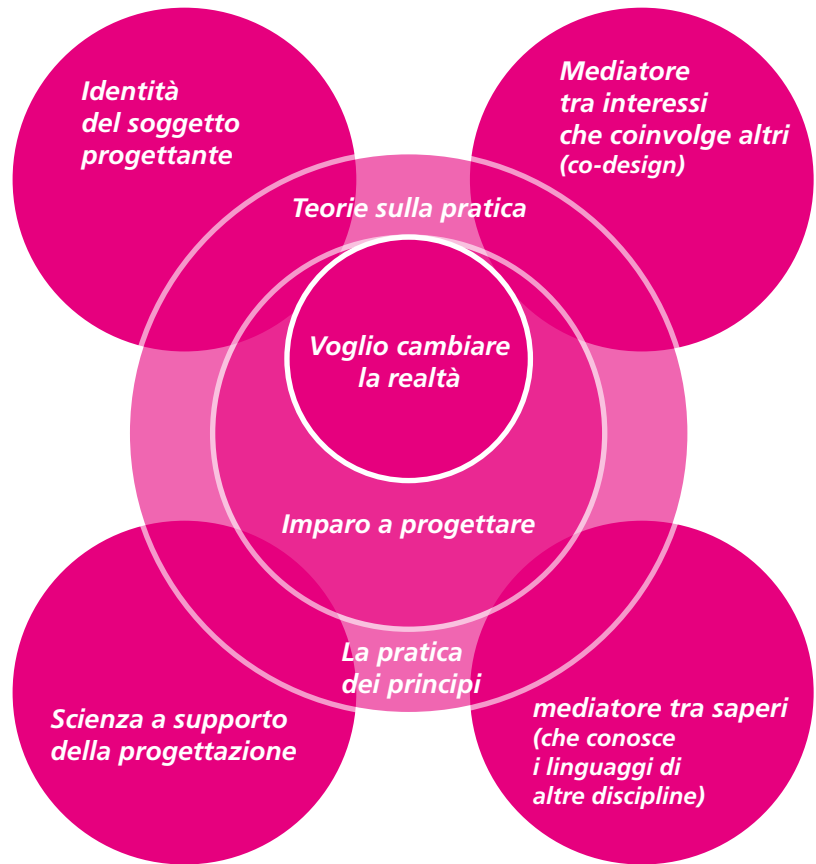
41 Shove, E., Watson, M., & Ingram, J. (2005, September). The value of design and the design of value. In *Joining Forces*, Design Conference, Helsinki.

La base teorica di questo approccio disciplinare è di accompagnare il processo ideativo e creativo della fase progettuale attraverso le conoscenze teoriche relative alle modalità sensoriali che influenzano l'agire umano nel suo relazionarsi con gli oggetti e gli ambienti che lo circondano.

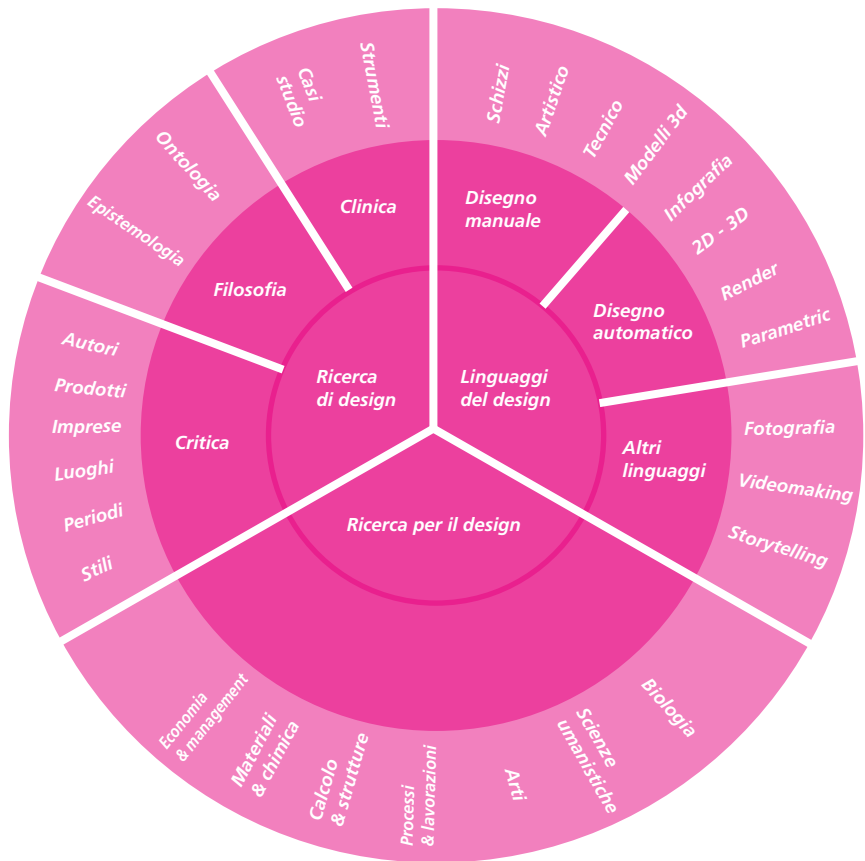
I processi di innovazione, innescati dai percorsi di design, sono gli entry point per ridisegnare le organizzazioni e il sistema strutturale di diverse realtà. Molti processi di design dei servizi danno vita all'inserimento di nuove figure organizzative o al design di nuove aree di (come per esempio l'area ricerca e sviluppo) che rendono il fare organizzativo capace di interagire con i complessi processi di open innovation e che diventano spesso un touchpoint di un sistema integrato di servizi che riconnette le forme aggregative con il mondo esterno (nuovi target, possibilità di scalare, di incontrare esperienze che provengono da altri mondi).

Nel progettare secondo le logiche del design l'esito non è mai uguale, e ciò significa che nel processo la variabile soggettiva determina l'esito in modo più che condizionante. Ed è per questo che il ruolo del progettista assume un ruolo fondamentale. Celaschi, in coda al saggio "Non industrial design",⁴² utilizza una affascinante allegoria per descrivere il design prometeico contemporaneo, che consiste in quattro diversi punti di vista, o come li definisce l'autore "Pianeti", che definiscono rispettivamente fenomenologie processuali di come la disciplina si attiva.

42 Celaschi, F. (2016). *Non industrial design: contributi al discorso progettuale*. Bologna: Luca Sossella Editore



Schemi di una fiaba mitologica in Celaschi, F. (2016). *Non industrial design: contributi al discorso progettuale*. Bologna: Luca Sossella Editore



CAP-

ITO-

LO

04

**Territorio : Contesto =
Comunità : Cultura del saper fare**

4.1.0 Attualità del tema

4.1.1 Più della tecnologia conta l'attitudine

L'evoluzione economica della società passando prima da pre industriale a industriale, e poi a postfordista non ha solo influenzato i mezzi di produzione ma anche e soprattutto il rapporto della produzione con i territori e con gli utenti/consumatori.

Nel tempo, il dibattito di urban development si è distribuito su diverse posizioni dando luogo a molteplici proposte. Prendiamo come punto di partenza le teorie di M. Storper, (Keys to the City, 2013)¹ secondo cui le città funzionano non solo come agglomerato spaziale di sistemi economici, ma anche come agorà per reti locali di istituzioni formali e informali, come luoghi di azione politica e di intervento, e più in generale come spazi per l'interazione sociale, strutturata dalle relazioni faccia a faccia che legano tra loro le attività economiche nelle città e che deriva dalla forte concentrazione di attività in alcuni territori, anche e nonostante un'economia fortemente globalizzata in cui molte attività produttive sono state delocalizzate. La globalizzazione e le interazioni locali sono due lati complementari dello sviluppo locale: l'ambiente urbano sostiene e nutre lo sviluppo di reti di relazione faccia a faccia consentite dalla concentrazione di attività, eventi, persone.²

A differenza degli anni del fordismo in cui vi era la necessità di gestire lo sviluppo spaziale di sistemi urbani in forte crescita o, come negli anni Novanta, di rigenerare la base economica di città de-industrializzate favorendo lo sviluppo del settore terziario, oggi, in un'ottica di iper urbanizzazione terrestre, la grande sfida sta nella pianificazione strategica per far transitare le nostre città verso un modello di sviluppo locale capace di generare benessere collettivo senza crescita economica, senza impattare negativamente lo sviluppo di altri territori e nei limiti di un pianeta con risorse finite. (Calafatti, Chiappini; 2018)³

Negli ultimi trent'anni, nella fase di transizione dal fordismo al postfordismo, abbiamo assistito, all'interno delle città, una delo-

1 Storper, M., (2013), *Keys to the City. How Economics, Institutions, Social Interaction, and Politics Shape Development*. Princeton University Press, Princeton

2 D'Ovidio, M., Rabbiosi, C., (2017) *Maker e città. La rivoluzione si fa con la stampante 3D?*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano

3 Calafatti, L., Chiappini, L., (2018) *Nuove economie urbane tra innovazione economica e coesione sociale, Territori di ricerca: natura, città e spazio pubblico 3*, Milano.

calizzazione produttiva che ha provocato una dispersione significativa non solo di capitale economico ma anche culturale e sociale, oltre che di competenze individuali e di comunità.

Questo progressivo mutamento di de-industrializzazione, inasprito dalla crisi del 2008, diventa un problema serio per l'economia urbana, e in particolar modo per i designer, in quanto viene a mancare quel sistema di relazioni e di potenziali lavori, che ha sempre determinato il rapporto tra design ed impresa produttrice manifatturiera.

In questo declino produttivo, parte delle competenze progettuali, presenti sul mercato del lavoro, si sono re-inventate e sono state assorbite dal mondo della comunicazione e dei servizi; infatti, con l'avvento del postfordismo, la diffusione di progetti di city branding ha parzialmente ridato valore alle identità territoriali e ricostruito una connessione tra design e territori. Queste azioni hanno spesso, tuttavia, esaurito la propria rilevanza proponendo valori aleatori o utopici mutuati dal marketing tradizionale e lontani dall'effettiva cultura e specificità dei luoghi "brandizzati".

"Si tratta dunque di sviluppare nuove forme di cittadinanza che integrino il bisogno di solidarietà globale nel contesto locale. Nel fare questo ci si rende conto che l'approccio del design competitivo, le ideologie legate al branding e al marketing si ritrovano in aperta contraddizione con lo spirito di questo senso civico"⁴

Ruedi Baur

Mentre il processo di atrofizzazione dell'economia formale avanza tutt'oggi, nelle città emerge, il già citato, fenomeno contrario basato sulla rilocalizzazione delle attività manifatturiere, le "Small Urban manufacturers" (Pratt Center, Byron e Mistry, 2011)⁵ collegato a una tendenza più ampia in atto nei paesi avanzati, ovvero "insourcing", si assiste in sostanza la ricomparsa di nuove forme di micro produzione all'interno delle aree urbane e metropolitane.

Le S.U.M sviluppano una produzione che è altamente design-oriented non solo per il prodotto ma anche per il modello di comunicazione, per lo sviluppo del brand, per la

4 Baur, R., (2018), *Civic city: from the spirit of a design of concurrences to a design of relations*, Designing civic consciousness, San Marino.

5 Mistry, N., Byron J., (2011) *The Federal Role in Supporting Urban Manufacturing*, Pratt center for community development, New York, .

fruizione dei servizi annessi e per l'esperienza che viene offerta.

La loro dimensione e il loro posizionamento all'interno delle città consentono loro di entrare in diretta connessione con le persone e con i cittadini; non siamo più in presenza di aziende giganti che non conoscono personalmente i loro clienti, ma parliamo di piccoli interlocutori che sviluppano un nuovo modello di relazione, anche abilitato da internet e dai social media, e soprattutto abilitato dall'idea di non costruire un mercato ma bensì delle comunità-mercato, cioè utenti che sono allo stesso tempo parte dei processi, appassionati del prodotto e volenterosi di intervenire nello sviluppo del progetto e della produzione del prodotto così da avere oggetti customizzati ad hoc per l'utente finale, output che definisce questo tipo di produzione. Questi gruppi di cittadini attivi devono essere visti e analizzati come network sociali che si sovrappongono e si modificano continuamente. La loro formazione dipende da diversi fattori tra cui evidentemente quello geografico è fondamentale alla formazione stessa; allo stesso tempo, il network può svilupparsi fino al punto di poter mediare gli effetti della posizione geografica sulla conoscenza condivisa all'interno della rete, diffondendo e mantenendo vivi i valori e il know-how del territorio.

In questo modo la popolazione della città produce essa stessa una propria cultura del consumo, che trova propagazione all'interno del contesto territoriale a cui appartiene, di conseguenza abbiamo la nascita di brand territoriali, come "Made in", e sistemi consorziati di micro produttori che creano alleanze in scala urbana per far emergere le loro capacità produttive, in una dimensione comunitaria "bottom up", non più fabbriche localizzate in un determinato luogo come nelle città industriali tradizionali, ma un sistema di reti di micro luoghi che interagiscono fra di loro e che sono in grado di sviluppare attività socio-produttive di nuova generazione, finalizzate alla creazione di valore socio-economico distribuito e diffuso sul territorio.

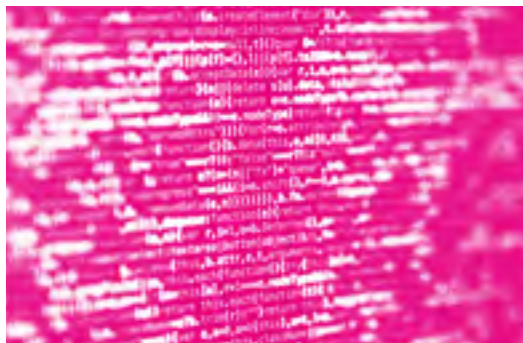
Questo nuovo orientamento strategico è spinto da un insieme di trasformazioni di carattere sociale, tecnologico, economico, geopolitico e culturale, che rendono possibile ripensare un ritorno alla produzione manifatturiera,

ra, soprattutto nell'ambito delle aree urbane, seppure in forme diverse rispetto al passato. (Maffei, Bianchini, 2015)⁶

Già nel 2006, nell'articolo Coase's Penguin,⁷ Yochai Benkler, professore di diritto di Harvard, definisce il termine di economia commons-based, come un nuovo modello economico di produzione nel quale l'energia creativa di un grande numero di persone è coordinata in progetti per lo più senza la tradizionale organizzazione gerarchica. Predecessore di ciò che poi, negli anni a venire, verrà chiamata sharing economy, Botsman⁸ un modello economico basato sulla collaborazione e sulla condivisione di asset, spazi, competenze, al fine di trarre benefici monetari e non, che si articolerebbe in:



- il consumo collaborativo: in cui la gente scambia, condivide, ridistribuisce prodotti di cui non ha bisogno e che non utilizza con continuità (es: Reoos, Airbnb, Coachsurfing), o paga per avervi accesso piuttosto che acquisirne la proprietà (es: il car sharing);



- l'apprendimento collaborativo: corsi aperti o forme di condivisione e agglomerazione di conoscenze in un'ottica crowd (es: Wikipedia o Future Learn);

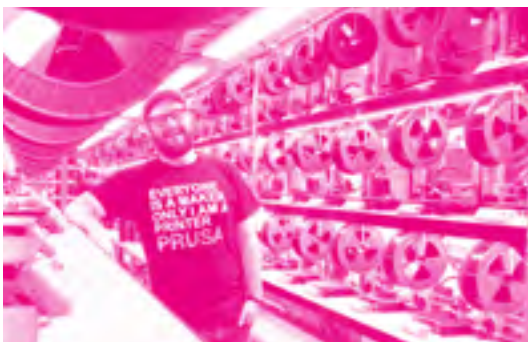
⁶ Bianchini, M., Maffei, S., (2015), *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*. Feltrinelli editore, Milano

⁷ Benkler, Y., (2002) *Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm*, The Yale Law Journal, New Haven.

⁸ Botsman, R., (2017), *Di chi possiamo fidarci? Come la tecnologia ci ha uniti e perché potrebbe dividerci*. Hoepli, Milano



- la finanza collaborativa: raccolte fondi in cui la gente può supportare la creazione di progetti, imprese, iniziative benefiche (crowdfunding) gratuitamente o ricevendo una forma di ricompensa simbolica o tangibile (es: Kickstarter; Produzioni dal Basso, Rete del Dono, Musicraiser), ma troviamo anche altre forme come i prestiti tra pari (Es: Zoopa) o le monete complementari (es: Sardex).



- la produzione collaborativa: per cui reti di individui collaborano per la progettazione/design (es: Quirky, Zooppa), la distribuzione di beni e servizi (es. Nimer); la autoproduzione distribuita (Reprap, Prusa).

In questo ultimo caso, i processi produttivi avvengono in contesti fuori dal controllo di grandi compagnie e l'innovazione e la conoscenza che ne deriva viene condivisa e diffusa; valori che esprimono in modo emblematico le ideologie su cui si sta sviluppando il così detto Movimento maker e le persone che ne fanno parte, chiamati makers.

Questi sviluppano schemi di interazione e modelli di relazione in cui si intrecciano dinamiche locali e globali: essi sono fortemente

inseriti in comunità che si addensano intorno ai fab lab e maker space (Sfera analogica); allo stesso modo essi sono connessi con delle comunità digitali (Sfera digitale) in tutto il mondo con le quali, grazie alle nuove tecnologie per la comunicazione, possono condividere la loro conoscenza, la loro esperienza, i loro progetti e sviluppare nuove forme collaborative.⁹

L'ambiente urbano rappresenta inoltre il luogo privilegiato dove questo tipo di economia può emergere perché capace di concentrare soggetti, saperi e pratiche di condivisione: hacker, co-workers, makers, soggetti impegnati in progetti di economia sociale e innovativa, sono tutti attori cruciali di questo mutamento essendo portatori non solo di pratiche inedite, ma anche di istanze e di un'etica innovativa e votata al cambiamento sociale.

Perciò, i prodotti e gli artefatti assumono un valore simbolico e si affermano per il significato che l'utente attribuisce ad essi, come segno portatore dei valori dell'identità del luogo o del brand cui fanno riferimento. La funzione propria del prodotto (il coltello per tagliare o la lampada per illuminare) perde di importanza rispetto a un ruolo emergente come amplificatore e testimone di tradizioni e valori identitari, il che va ben oltre i contenuti figurativi e formali, ma si carica di propositi e istanze per cui il processo della tecnica avvalorata e rafforza il contenuto simbolico.

Dunque i prodotti sono dei marker¹⁰, definiti da Dean MacCannell come quegli elementi informativi capaci di attivare la trasformazione di un luogo in attrazione. Si differenziano rispetto ad altri sulla base di un codice di significati attraverso le forme, i materiali e i colori, o il marchio. La consacrazione come prodotti tipici, portatori dell'identità locale, marker, porta dunque alla loro legittimazione culturale. Diventano essi stessi tracce che agiscono sul comportamento dei visitatori innescando un processo di risposta allo stimolo che inducono, capace di evocare, in chi lo percepisce, sentimenti, emozioni e ricordi, occasioni per conoscere e per far conoscere. Il designer è una sorta di scopritore a caccia di tracce e risorse potenziali da trasformare in risorse effettive.

⁹ Anderson, C., (2013), *Makers. Il ritorno dei produttori. Per una nuova rivoluzione industriale*. Rizzoli Etas, Milano.

¹⁰ Fagnoni, R., (2018) *Da Ex a Next*, MD Journal 5, MD Media, Ferrara

4.1.0 Attualità del tema

4.1.2 La contemporaneità della pialla

11 Micelli, S. (2016). Fare è innovare: Il nuovo lavoro artigiano. Il mulino.

12 Alessi, C. (2016). Design senza designer. Laterza.

13 Schiavo, S. (2017). Maker: Cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali. F. Angeli.

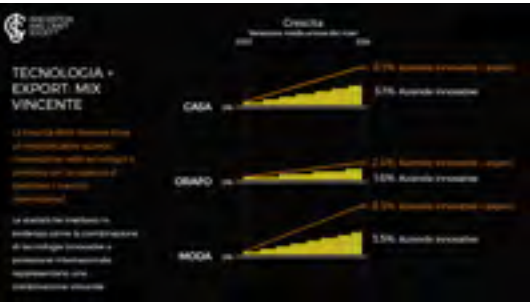
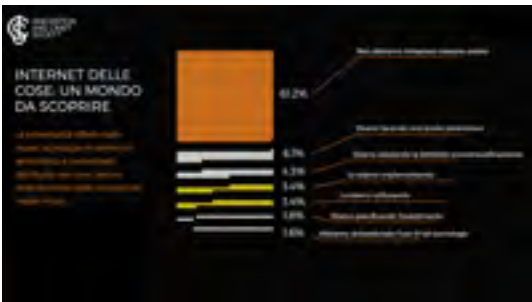
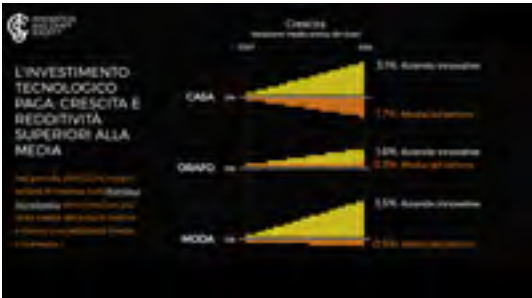
La manifattura italiana si sta attrezzando per le nuove sfide con il tempo attuale, però il focus non riguarda, o perlomeno in parte, esclusivamente la tecnologia, bensì il capitale umano.¹¹ Le generazioni passate di artigiani e progettisti, stanno lasciando il passo alla futura generazione, non più definibili esclusivamente per categorie, bensì un ventaglio di nuovi profili, che oltre la tecnologia, possiedono e stanno sviluppando nuove soft skills.

Molti vedono nella tecnologia la panacea dei problemi attuali e di quelli futuri, nella fattispecie pensando che il mondo sarebbe stato cambiato dalle stampanti 3d e da altre tecnologie digitali.¹²

Al pari delle altre innovazioni hanno aiutato, in alcuni casi, a migliorare la qualità del lavoro, ma non trovando una loro dimensione universale, sono finite con essere fagocitate dalla continua evoluzione tecnologica e derubricate a normali macchine utensili.

Significativo è l'esempio del fax, al suo esordio negli anni 80' rivoluzionò il modo di organizzare il lavoro negli uffici, ma con l'avvento della rete divenne velocemente obsoleto fino alla sua attuale quasi totale scomparsa.

Quando si parla di fab lab, maker e digital fabrication il richiamo al mondo della stampa 3d è immediato; sicuramente questa tecnologia è l'emblema e strumento iconico, ma la cosiddetta digital fabrication, è molto di più, un cambio di visione rispetto allo stato delle cose, non semplicemente nell'ambito della produzione ma anche nel modo di concepirla,¹³ ma soprattutto sui risvolti e i contributi impattanti che essa può avere nella società contemporanea, proprio per la sua natura che è in continua evoluzione e legata a doppio filo con il velocissimo evolversi del digitale, e in molti casi ha permesso il rilancio della piccola manifattura di qualità.



4.1.0 Attualità del tema

4.1.3 Il know how condiviso

14 www.almalaurea.it/universita/occupazione/occupazione17/volume

L'attuale sistema di alta formazione italiana vive in uno stato di continua stasi,¹⁴ costellato da zone di penombra, alternato con situazioni di eccellenza internazionale. Questo è dovuto ad implicazioni di varia natura:

- Governances, sia dal lato più "politico-istituzionale" sia dal lato "operativo-pratico, che molte volte non sono state adeguate rispetto alla carica che andavano a ricoprire.
- La mercificazione e aziendalizzazione di un'istituzione pubblica culturale, che ha portato a dover rendicontare il frutto di un processo intellettuale.
- La feudalizzazione di ambiti e linee di ricerca su criteri di bibliometria e scientometria, supportate da acronimi di difficile definizione e stringhe codificate su un'incommensurabile burocratese.
- Finanziamenti e fondi pubblici dedicati alla ricerca dimezzati invece che duplicati.¹⁵
- La precarizzazione delle carriere, che devasta il sistema culturale, sociale ed economico non solo della dimensione accademica ma di tutto il sistema Italia.

15 www.ilsole24ore.com/art/in-10-anni-dimezzati-giovani-ricercatori-e-90percento-sara-espulso-atenei-ACodjh

16 www.flcgil.it/universita/universita-piazza-9-gennaio.flc

17 www.repubblica.it/scuola/2019/04/08/news/universita_il_tar_contro_la_legge_gelmini_crea_precari_a_vita_-223537018/?refresh_ce

La Flc¹⁶ rileva che "l'Università si regge per una significativa parte delle attività sul lavoro precario, condizione che riguarda un lavoratore su due degli addetti alla ricerca e alla didattica. La situazione del personale di ruolo in questa situazione risulta penalizzata e in molti atenei non ci sono fondi per riconoscere e valorizzare il lavoro svolto. La situazione non è certo più rosea per quanto riguarda il diritto allo studio, a partire dal livello delle tasse universitarie e dalla sparuta minoranza degli studenti iscritti che beneficia di una borsa di studio, per finire alla carenza strutturale di residenze e posti letto. Questa situazione è il progredire di un processo iniziato il 30 dicembre 2010¹⁷, di cui non si vede la fine e che in realtà è semplice-

mente lo specchio di una situazione diffusa a più livelli in diverse dimensioni della società, ma la connessione e il rimando a tempi simili, dove vigeva il gioco forza del baronato e dell'elitarismo nelle università italiane, è con il '68 e il movimento studentesco dove l'incremento del livello culturale e la maturazione della società permisero agli studenti medi e universitari di chiedere delle riforme e di ottenere maggiore partecipazione alle decisioni che riguardavano le attività accademiche.

Trascendendo le controversie che portava in seno quel movimento,¹⁸ nella sfera del progetto si fecero largo iniziative di rottura e filiosessantottine.

18 www.centrostudiopierpaolo.pasolinicasarsa.it/molteniblog/la-verita-della-storia-pasolini-e-gli-scontri-di-valle-giulia-del-68-di-giovanni-de-luna/

La Global Tools può essere considerata un'autentica rivoluzione che parte dai moti del '68 quando si diceva: «Occorre uscire dalle università, dalla scuola e attingere alla fonte originaria della cultura, delle idee, di ciò che spontaneamente vien fuori dai luoghi più inaspettati della società». Ciò al di là di ogni specialistica competenza che rimane un valore ma non esclusivo e dominante.¹⁹

Riccardo Dalisi

Nel 1973, nel momento in cui si esauriva l'esperienza del radical design, celebrata nella mostra al MoMA di New York, *Italy: the new domestic landscape* (1972),²⁰ i protagonisti di quel movimento decidono di dare vita a una serie di proposte ed esperimenti legati all'educazione sotto il nome di Global Tools.

19 www.archimagazine.com/riflessioni-sulla-global-tools.php

20 www.moma.org/calendar/exhibitions/1783?



Italy: the new domestic landscape (1972)

Introduzione della legge Gelmini è la soppressione negli atenei italiani del ricercatore a tempo indeterminato. La "240", infatti, ha creato due tipi di figure, per la ricerca post-laurea: il ricercatore a tempo determinato A quello di tipo B.



Prima foto ufficiale dei Global Tools, nell'ufficio editoriale di Casabella, 1973, Milano.

Mentre in quegli anni cominciano ad agitarsi in Italia lo spettro di un'impossibile rivoluzione proletaria e poi quello del terrorismo, già da qualche tempo la combinazione di coscienza politica e di vocazione all'avanguardia vedono la nascita di gruppi che contestano il progetto come era stato fino ad allora concepito.

A Firenze con Archizoom, U.F.O., Superstudio e Gianni Pettena, a Milano con Gaetano Pesce, Alessandro Mendini, Ugo La Pietra, Ettore Sottsass, a Napoli con Riccardo Dalisi, prende vita una revisione radicale delle convenzioni razionaliste e funziona-

La didattica istituzionale, considerata nella impossibilità storica di reperire nuovi criteri validi per il futuro.

La scuola non è fatta di edifici scolastici belli o brutti. Non si applica a orario fisso... In definitiva la scuola consiste nel vivere invece che nell'imparare.²¹

Alessandro Mendini

21 Casabella nell'articolo intitolato Un uomo è una scuola.

liste, cercando e sperimentando un tentativo di emergere e sovvertire il panorama di incertezze del periodo con un design di contro tendenza, di critica al modernismo e spesso anche di protesta verso i modelli e le istituzioni di quel tempo. Spunti e modelli di riferimento sono la Pop art, le avanguardie artistiche e i lavori di Ettore Sottsass, che fa della materia e del colore strumenti essenzia-

li del progetto, chiamato a comunicare emozioni. L'avanguardia radicale trova una sua realizzazione nella successiva produzione di serie di un design "soft", ovvero la progettazione delle qualità più trascurate del prodotto industriale, come il colore, le finiture superficiali, le sensazioni tattili. Incompresi in patria, i radical designer furono però molto apprezzati all'estero e gettarono le basi del moderno "design italiano" conosciuto universalmente.



Numero di Casabella sui Global tools

Questa esperienza programmatica, avvenuta fra Milano e Firenze, di laboratori didattici sperimentali, fra pari erano organizzata sulla base delle relazioni fra i vari gruppi di lavoro, cernierando il dibattito su temi ampi come costruzione, corpo, comunicazione, teoria e sopravvivenza.

L'approccio era quello volto alla propagazione e diffusione dell'uso di materie e tecniche naturali e relativi comportamenti di condivisione e contaminazione, attraverso un progetto collettivo in continua trasformazione, per rendere l'esperienza trasmissibile e moltiplicabile, lasciando aperti gli sviluppi e quindi definire un'alternativa all'istruzione tradizionale con l'intento di definire un nuovo modello di vita come educazione globale permanente. Potremmo definire questa, seppur estemporanea, corrente come gli "hacker del progetto", o per lo meno come inten-

22 Himanen, P., Torvalds, L., Castells, M., & Zucchella, F. (2007). *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*. Feltrinelli.

to di opposizione al vecchio establishment dell'architettura e del design, da cui erano osteggiati perchè in essi vedeva una forma di pericolosa critica al sistema, proprio come il contemporaneo e nascente movimento hacker d'oltreoceano, per cui la trasmissione e la diffusione della conoscenza doveva avvenire in modo libero e condiviso. Himanen, in "L'etica hacker e lo spirito dell'informazione" (pag. 65, 2003) paragona il modello di apprendimento accademico platonico a quello della comunità hacker:

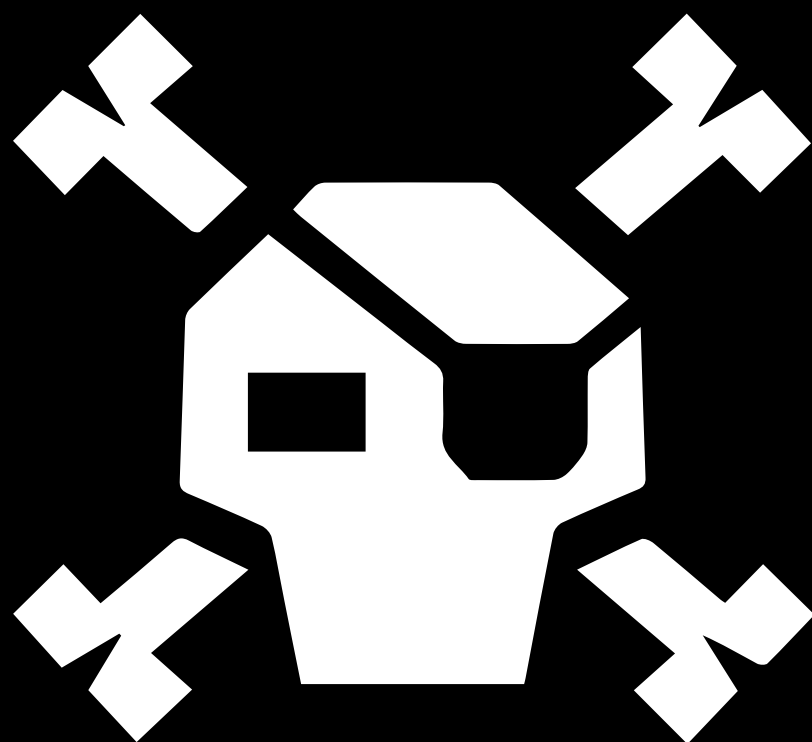
L'individuo libero non deve essere forzato, come uno schiavo, ad apprendere disciplina alcuna – è totalmente diverso da quello del monastero (e della scuola), in cui spirito è rappresentato dalla regola monastica di Benedetto: "Parlare e insegnare spetta al maestro, tacere e ascoltare si addice al discepolo.

Pekka Himanen

L'accademia greca rappresenta la mentalità open source, che permette un processo creativo e generativo aperto, che si auto corregge grazie al contributo della comunità.

A distanza di 50 anni dai Global tools, in Italia si trovano diverse realtà di questo tipo, i cui valori e concetti di innovazione collettiva e sperimentazione condivisa, di controcultura e di avversione al sistema si contaminano al mondo del progetto; e forse una delle migliori e più ben strutturate forme di omaggio ai Global tools le si riscontrano nei laboratori e nelle iniziative della Scuola Open Source,²³ comunità di artigiani digitali, maker, artisti, designer, programmatori, pirati, progettisti, sognatori e innovatori che si occupano di ricerca per il pubblico e il privato, didattica per ragazzi, adulti, inoccupati, professionisti, pensionati o manager, sviluppando prodotti, servizi, tecnologia e capitale umano, attraverso progetti d'innovazione sociale e tecnologica.

Hacker: sono legati da un comune senso del dovere etico che prevede la condivisione di informazioni, la realizzazione e l'utilizzo di free-software e la scelta di un libero accesso alle informazioni e alle risorse di calcolo.



La scuola open source

²³ <http://www.lascuolaopensource.xyz/>

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.1 Il valore sociale dell'artigianato

In questa nuova configurazione dai confini sfrangiati, il design, e il relativo metodo progettuale, va necessariamente orientato al legame tra cultura locale e cultura materiale, tra prodotto e territorio, tra tradizione e innovazione; addensando nuclei di senso, "baricentri di significato" (Anceschi, Botta, 2009), basati su una rinnovata design culture.²⁴ Non a caso proprio il saper fare le cose e il lavoro manuale stanno diventando il punto di contatto tra due mondi quasi all'antitesi, quello dei bit e quello degli atomi (Anderson, 2013),²⁵ ovvero il digitale e l'analogico. Gli atomi, allo stesso tempo, sono strettamente legati alle dimensioni di tempo e spazio: la materia reale può diventare espressione delle risorse e del territorio da cui deriva, e può essere il vettore per la valorizzazione dell'identità e della cultura materiale. In quest'ottica il concetto di artigianato si ricopre di nuovi significati e connotazioni, portandoci ben lontano "dall'immagine di Geppetto e della sua bottega di falegname" (Micelli, 2011).²⁶

Citando il processo di "distruzione creatrice" di Schumpeter e declinandolo in chiave territoriale, si può affermare che le innovazioni tecnologiche e gestionali trasformano il ciclo produttivo, scompaginando l'equilibrio dei mercati. Il processo è selettivo: alcune imprese nascono, altre si rafforzano, quelle incapaci di innovare scompaiono, ed è proprio qui che si svelano le potenzialità dell'artigianato, della digital fabrication e dell'industria 4.0 coniugate alle ataviche eccellenze della manifattura Made in Italy.

Ogni territorio ha le proprie specificità, che hanno radici profonde, come contesto ambientale, attività prevalenti, e via dicendo ma per valorizzarle da un punto di vista economico, occorre riscoprirle e reinterpretarle: con un occhio al mondo e un altro al futuro. Il territorio va inteso come piattaforma innovativa di sistemi locali che sono in continua evoluzione e di processi innovativi che sono essenziali per garantire il mantenimento di vantaggi competitivi, non tralasciando

24 Parente, M., Lupo, E., & Sedini, C. (2017). *Teoria/Pratica. Dialoghi sul Design per i Territori 01*.

25 Anderson, C. (2013). *Makers: il ritorno dei produttori: per una nuova rivoluzione industriale*. Milano: Rizzoli Etas.

26 Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani (1. ed)*. Venezia: Marsilio.

la metamorfosi del prosumer e della produzione "a customizzazione di massa".²⁷

Un caso studio paradigmatico e di assoluta attualità è sicuramente quello di "ALPE RUBRA, Raccontare il territorio attraverso il proprio saper fare",²⁸ innovativa linea di prodotti per la tavola. Con il progetto Alperubra i paesaggi della Valtellina diventano forme narrative. Attraverso la digitalizzazione della loro morfologia, le strutture alpine, prima mappate tramite i dati di Google, poi rielaborate attraverso tecniche di slicing e modellazione tridimensionale, si trasformano in oggetti strumentali. Il legno, esclusivamente quello di rovere e castagno delle antiche botti del vino reperite in valle, trova una nuova vita, proseguendo il racconto intorno al vino che ha accolto: da contenitore per la sua maturazione, a strumento al servizio dell'esperienza enogastronomica. Alperubra fa incontrare la storia, sedimentata nelle venature del legno, con le tecnologie digitali contemporanee, innescando una dialettica forte tra il territorio e la sua materia prima, attraverso la storia del vino come prodotto in grado di aprire la propria narrazione storico-tradizionale sincronizzandola con le tecnologie funzionali della manifattura digitale.

Da sottolineare la collaborazione fra i vari stakeholders che hanno partecipato a questo progetto:

- Tecnificio, makerspace e realtà fondata da Patrizia Bolzan e Marcello Pirovano.
- BremaWood, falegnameria artigianale della Provincia di Sondrio.
- Botteghe Digitali, incubatore di manifattura 4.0.
- Stefano Micelli, supervisore scientifico della Ca' Foscari.
- Banca Ifis Impresa.
- Agenzia Marketing Arena.

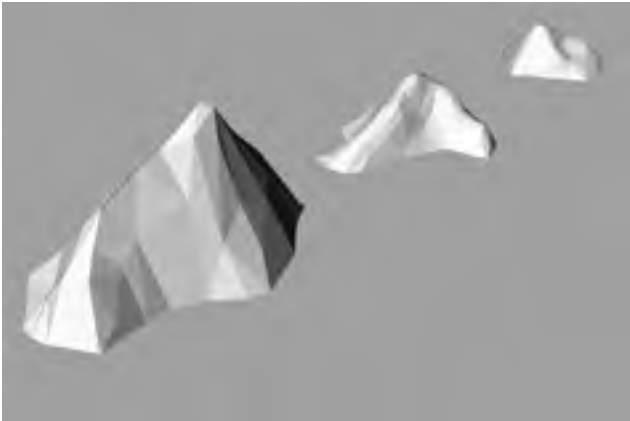
Questo significa alzare il tiro ed esplorare nuove rotte della disciplina, mappando percorsi non ancora battuti, ibridando ambiti che fino a pochi anni fa non interagivano fra loro, ottenendo l'estensione generale dei confini disciplinari verso il design strategico, design dei servizi e design per il territorio.

27 Díez, T., (2018). *Fab City: The Mass Distribution of (Almost)*, Institute for Advanced Architecture of Catalonia

28 www.alperubra.it/



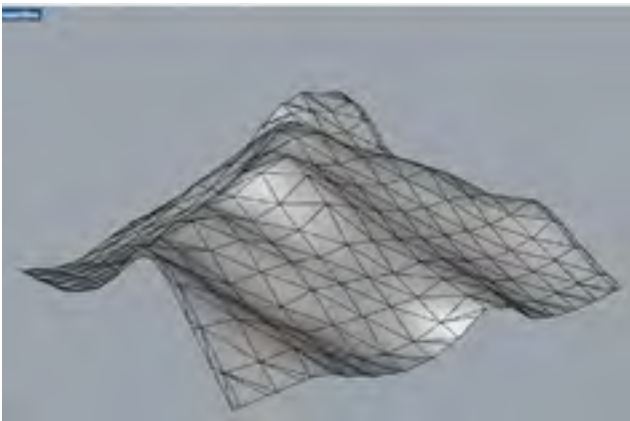
<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.2 Artigianato digitale e digital fabrication

Nel campo della progettazione dei beni e servizi, il design di prodotto, di servizio e di processo comincia ad unirsi a tutta la capacità computazionale e di calcolo che tiene dentro gli algoritmi, le piattaforme digitali e che unita a i processi di produzione e fabbricazione genera dei processi che vengono definiti fabbing, making, digital fabrication, personal fabrication, tutto questo non genera un nuovo modello industriale,²⁹ un modello più simile ad una forma di artigianato tecnologico evoluto.

Questo sistema è una forma di produzione contemporanea, dove il design, o almeno una parte di esso, si unisce ad una logica di produzione artigianale: "il fatto su misura", il "tailor made", la personalizzazione con componenti e parti di derivazione e di ispirazione tecno-industriale, quindi un modello ibrido, in risposta alla crisi del primo decennio degli anni 2000, dove abbiamo iniziato a vedere nei nostri contesti produttivi nazionali, un progressivo mutamento di de-industrializzazione, in cui le fabbriche chiudevano, o si concretizzava progressivamente il fenomeno dell'offshoring; e questo prospetto per i professionisti della disciplina del design implica diverse problematiche, in primis, perchè viene a mancare quel sistema di relazioni e di potenziali lavori che sosteneva il classico rapporto tra design ed impresa produttrice manifatturiera.

Una parte di questa capacità progettuale era già stata assorbita dal mondo della comunicazione e dei servizi ma resta comunque una parte in grosse difficoltà: una generazione di designer 40enni e 50enni in difficoltà a reperire clienti e una generazione più giovane che non riesce ad affacciarsi nel mondo del lavoro perchè le imprese non ci sono più.

Se da un lato questa situazione di crisi determina non poche problematiche, dall'altro lato inizia ad emergere un fenomeno interessante di natura differente e opposta:

29 Bianchini M., Bombardi F., Carosi A., Maffei S., Menichinelli M. (2015), *Makers' inquiry* (Italia). Un'indagine sui maker italiani e sul Make in Italy, Milano: Libraccio Editore.

prima la produzione viene espulsa, esce dai Paesi occidentali per migrare in Cina o in India, ma allo stesso tempo comincia a farsi strada l'interesse e la necessità di ritornare a pensare a come le produzioni che erano state portate in oriente potessero tornare in forma rinnovata e innovativa nei confini nazionali, si comincia a parlare di un processo inverso, l'insourcing e reshoring della produzione.

Questa è una grande questione che sta in molte agende della ricerca, del mercato e della politica contemporanea: come si fa a conciliare un modello di sviluppo avanzato, democratico ed equo, con la progressiva affermazione di una visione di sostenibilità sociale, economica e ambientale?³⁰ La soluzione a questa domanda rimette al centro un grande tema: la relazione tra ideazione, produzione e consumo delle merci e dei servizi, che torna prepotentemente a essere un nodo cruciale nella discussione sui modelli di economia politica che accompagneranno le future strategie industriali dei paesi avanzati (ma non solo).

Un sempio è quello di Barack Obama, nel 2011, che elabora una policy, quindi una politica precisa per far tornare il manifatturiero a livello nazionale, si comincia a parlare di un processo inverso. l'insourcing o reshoring della produzione, riabilitando i sistemi locali attraverso smart manufacturing hub, centri dove il design, la produzione manifatturiera e l'innovazione tecnologica trovano una loro specializzazione per fungere da ispiratori in tutto questo movimento. Ma parallelamente un altro sistema di attività indipendenti si stavano clusterizzando con modelli ben precisi. Alcune figure professionali a forte carattere intellettuale rifiutano di lavorare in un sistema dove le proprie skills non generavano più soddisfazione personale e decidono volontariamente, o meno, per mancanza di lavoro e per mancanza di stimoli, di tornare a produrre manualmente e materialmente ma in modo alternativo.

30 Menichinelli, M., & Ranelucci, A. (2015). *Censimento dei Laboratori di Fabbricazione Digitale in Italia 2014*. Roma: Fondazione Make in Italy CDB. Accessibile su <http://www.makeinitaly.foundation/censimento-dei-laboratori-fabbricazione-digitale-in-italia/>



DESIGN FOR DIGITAL FABRIC- ATION

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.3 Progettazione, produzione e fruizione distribuita



31 Gershenfeld, N. A. (2005). *Fab: dal personal computer al personal fabricator*. Torino: Codice.

Il primo fab lab nasce intorno agli anni 2000 negli Stati Uniti al MIT di Boston,³¹ dove molta della ricerca americana viene finanziata attraverso le imprese o attraverso gli enti e le istituzioni. Il The MIT Center for Bits and Atoms, infatti lavora tra in funzione bilaterale delle trasformazioni analogico-digitale e digitale-analogico, principi fondanti della fabbricazione digitale.

Nasce, così, il corso "How to make Almost anything", basato su come queste tecnologie possano essere trasferite nella società, attraverso un sistema di moduli formativi che abilita le persone, non solamente ingegneri ma ampliando il raggio anche a creativi, designer e persone comuni, ad usare un set di macchine collegate al fabbing per materializzare qualsiasi tipo di bene a cui loro sono interessati in una dimensione di fabbricazione personale; consolidando il primo modello di Fab Lab.

Nascono un insieme di figure nuove, soprattutto all'interno delle città che vengono chiamati maker, crafter, craftivist.³² Persone, altamente formate e con alte skills digitali che tornano a produrre beni materiali anche per motivazioni politiche, cioè con l'idea di rifiutare una società che impone un modello di produzione massificata per avere un modo di produrre alternativo è più sintonico ad uno stile di vita più semplice una sorta di downshifting (la semplicità volontaria neologismo della lingua italiana, in inglese downshifting) all'interno del mondo del lavoro e del più vasto concetto di lifestyle, al ritorno della produzione manuale e artigianale, altamente tecnologica e digitale.

32 Corbett, S. (2017). *How to be a Craftivist*. Unbound Publishing.

Il Maker è un agente di cambiamento che, facendo leva su nuove tecnologie e sul presidio del mondo digitale nei suoi aspetti più innovativi, riesce a ibridare sistemi di produzione tradizionali a forte carattere artigiano impattando sul modello economico e sociale circostante.

Schiavo, S. (2017). *Maker: Cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali*. F. Angeli.

Downshifting è la scelta da parte di diverse figure di lavoratori - particolarmente professionisti - di giungere ad una libera, volontaria e consapevole autoriduzione del salario, bilanciata da un minore impegno in termini di ore dedicate alle attività professionali, così da godere di maggiore tempo libero (per dedicarsi alla famiglia, all'ozio, all'hobbistica, ecc.).

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.4 Open culture, futuribile paradigma

Questa innovazione all'interno delle filiere produttive industriali ed economiche ha dato vita ad un vero e proprio movimento di pensiero ed è considerata dai sociologi una delle più eclatanti e vistose conseguenze di uno fra i molti mutamenti sociali e di costume intervenuti negli ultimi anni nell'ambito del mondo del lavoro.

L'ibridazione di tutte queste culture e discipline genera un tema nuovo: quello dello spostamento, almeno in parte, del concetto di produzione del "*made in*" nazionale ad un "*made in*" urbano o ad un "*City Made*".³³ Negli anni seguenti si consolidano questi sistemi, come la definizione del Pratt Center Data da Byron e Mistry³⁴ di Small urban manufacturers, delle micro company, micro fabbriche che sviluppano una produzione, altamente design-oriented, non solo nel prodotto ma nel complesso fra cui il modello di comunicazione, lo sviluppo del brand, la fruizione dei servizi annessi e l'esperienza che viene offerta.

La loro dimensione e il loro posizionamento all'interno delle città consente loro di entrare in diretta connessione con le persone, cioè non si è più in presenza di aziende giganti che non conoscono personalmente i loro clienti ma di piccolissime aziende che sviluppano un nuovo modello di relazione, anche abilitato da internet e dai social media, ma soprattutto dall'idea di non costruire un mercato ma bensì delle comunità-mercato, cioè utenti che sono allo stesso tempo parte dei processi, appassionati del prodotto, volenterosi di intervenire nello sviluppo del progetto e della produzione del prodotto così da avere oggetti customizzati ad hoc per l'utente finale, output che definisce questo tipo di produzione.

La vicinanza geografica e l'intergrazione urbanistica di questi centri all'interno delle città consente anche di entrare in relazione con i trend e le tendenze del mercato locale. Le città, a differenza delle province e dei territori più isolati e più diffusi, sono una concentrazione di popolazione che produce cultura,

33 Maffei, S., & Bianchini, M. *City Making. Nuovi metabolismi urbani tra micro e autoproduzione.*

34 Mistry, N., & Byron, J. (2011). *The federal role in supporting urban manufacturing.* Brookings, NY, USA.

e quindi anche la cultura di consumo che poi progressivamente trova una propagazione di conseguenza all'interno dei territori.

Esistono brand del territorio come "made in Brooklyn" - "Made in San Francisco" e altri, facendo nascere così sistemi consorziati di micro produttori che creano alleanze in scala urbana per far emergere le loro capacità produttive.

Obiettivo di questa iniziativa era di capire e di far emergere dal basso bottom up come il tessuto produttivo è la realtà all'interno della città debba avere una dimensione comunitaria non più fabbriche localizzate in un determinato luogo, come nelle città industriali tradizionali, ma un sistema di reti di micro luoghi che interagiscono fra di loro e che sono in grado di sviluppare attività produttive di nuova generazione con una produzione distribuita e diffusa.

Questa produzione emergente, come ad esempio Manifattura Milano o altri sistemi urbani, fa intendere come sia possibile avere tecnologie produttive democratizzate, con un'idea di spostamento complessivo di prodotti personalizzati e modelli di produzione reticolare, che possono entrare e connettersi tra di loro, determinando un salto di scala e un cambio di paradigma dove l'unità minima di produzione non ha più la fabbrica ma il laboratorio, in una rete di luoghi e spazi diffusi, al cui interno si definiscono hub/nodi fra atelier aumentati e micro factory, i quali possono essere di varia natura come quelli universitari, artigianali, aziendali, etc. costruendo un reticolato che rende tutta la maglia urbana molto flessibile. Anche le modalità di finanziamento dell'innovazione non sono più quelle del passato che non vedono più solo le banche come uniche protagoniste ma iniziano a rientrare il crowdfunding, gli incubatori e questo altro tipo di realtà; e in questo modo si costituisce una nuova filiera produttiva, come terza opzione nel senso che non è l'industria tradizionale non è l'artigianato ma è un ibrido indipendente:

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.1 #NEU – Nuove economie urbane

Durante l'epoca industriale la società civile non si è focalizzata sulla costruzione di un'ecosistema urbano funzionante e funzionale, e in certi casi anche disconoscendo le connessioni naturali, umane e fisiche che in essa sussistevano.³⁶

Oggi il contesto urbano necessita di una rivisitazione radicale nel quadro delle emergenti economie urbane. Da questa esigenza di geografia economica urbana nascono le Out-Come City (Pelizzaro, 2018),³⁷ connesse globalmente ma localmente produttive e tendenti all'autosufficienza.

Nodi di questi modelli sono i laboratori e hub di manifattura digitale 4.0 e di formazione quali i FabLab, Maker Space e laboratori digitali che offrono l'opportunità di realizzare e produrre ciò di cui si ha bisogno per sé, oltre a riportare ai cittadini le competenze e le conoscenze necessarie per rendere la materia e la produzione manifatturiera accessibile.

Il tema del reinsediamento manifatturiero nelle aree urbane è oggetto di riflessione e di costruzione di politiche pubbliche concrete già da tempo in diverse metropoli globali. Tra queste la città di New York ne ha fatto un vero e proprio programma politico-amministrativo. Il rapporto "Make it here. The future of manufacturing in NYC"³⁸ del Center for an Urban Future individua nei settori della stampa in 3D, nelle lavorazioni artigiane ad alto valore aggiunto del legno e dei metalli e nel food una traiettoria di sviluppo produttivo ed occupazionale per una città attenta anche al tema della rigenerazione urbana.

Gli spazi e le tecnologie di produzione digitali presenti al loro interno, diventano un importante strumento dove si genera un elevato potenziale per la restituzione della produzione economica urbana sotto forma di manifattura diffusa e distribuita, con micro-fabbriche e laboratori, i quali su piccola scala garantiscono una produzione più pulita, meno dispendiosa, riducendo i rischi di

36 D'elia, A. (2018). *Manifattura Milano. Un programma per le nuove economie urbane innovative e inclusive*.

37 Pelizzaro, P., & Scopelliti, L. (2018). *Il cambiamento dalla città smart alla città sensibile. Economia & management: la rivista della Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi*, (1), 35-39.



Logo di WeMake, Milano

38 www.nycfuture.org/pdf/Making_It_Here_July_2016.pdf

produzione eccessiva che il mercato iperglobalizzato produce a livello mondiale.

Come detto in precedenza, i ricercatori del Center for an Urban Future di New York hanno definito questo fenomeno come "Middle Class Jobs Project".³⁹

Le sinergie che vengono a crearsi nel contesto urbano sono in grado di essere anche le nuove chiavi per generare nuova occupazione per quei ceti medi in crisi di reddito e di status, afflitti da "aspettative decrescenti" e privi di riferimenti politici stabili. Questa infatti sembra essere uno dei nodi cruciali attuali, con cui tutte le amministrazioni, a diverso livello e grado di governance, si debbano confrontare nel futuro prossimo; sia per chi si occupa di politiche pubbliche (policy), quindi non necessariamente profili di stampo amministrativo formale, sia per chi si occupa di politica nell'accezione più comune del termine (politics).⁴⁰

Attualmente Milano, sembrerebbe l'unica area urbana che è nelle condizioni di poter indicare una strada al Paese intero, grazie ad una visione amministrativa lungimirante e progressista, dovuta in gran parte alla fenomenologia della città stessa. Nell'area metropolitana milanese nascono continuamente iniziative economiche in relazione a nuovi e vecchi bisogni e che vengono intercettate e stimulate dal Comune, grazie a policy mirate e strutturate, che però si differenziano sia dal mercato tradizionale tipico del capoluogo meneghino, sia dalle nuove start-up di stampo altamente tecnologico e votate puramente al digitale.

Si tratta di imprese che mixano diverse caratteristiche:

- una buona percentuale di innovazione ed imprenditoria sociale, come le società benefit,⁴¹
- una forte attenzione al territorio, alle relazioni e alle persone,
- un pizzico di design, sia a livello di processo creativo che di processo comunicativo, capacità di raccontare la propria storia e gestire con attenzione i propri clienti,

39 www.nycfuture.org/data/data-from-making-it-here-the-future-of-manufacturing-in-new-york-city

40 Mortati, M., B. Villari, Maffei, S. (2016). *Le politiche per il design e il design per le politiche: dal focus sulla soluzione alla centralità della valutazione. Santarcangelo di Romagna: Maggioli*



NoLo, North of Loreto

41 Benefit corporation è uno stato giuridico – ammesso in Italia (dal 1° Gennaio 2016) come Società Benefit – pensato per aziende for-profit che vogliano andare oltre l'obiettivo del profitto, e che vogliano massimizzare il loro impatto positivo verso la società e l'ambiente

- la promessa di un lavoro denso di senso, capace di trasformare la vita in città.
- la contaminazione della tradizione artigianale all'artigianato digitale.⁴²

42 www.madeinitaly.innovationandcraftsociety.it

Forme di economia per nulla virtuali, fortemente ancorate a luoghi e persone, in grado di reinterpretare mestieri che se non innovano rischiano di scomparire e di dare corpo a lavori a cui ancora non sappiamo dare un nome.

I filoni di cui si compongono queste nuove economie urbane sono almeno tre:

- quello delle nuove manifatture urbane legate all'artigianato tradizionale ad alto valore aggiunto o a quello digitale.
- quello delle imprese ad alto impatto sociale, prevalentemente impegnate a fornire servizi di nuova generazione nell'ambito del welfare, della cura della persona, della cultura e della creatività cui si possono ascrivere anche le numerose piattaforme di economia collaborativa destinate a scambiare beni e servizi invece che promuoverne il possesso esclusivo.
- quello delle imprese attive nell'ambito del green, dell'agricoltura periurbana e del crescente settore del food.

Milano si sta configurando in un luogo in cui tutto questo si condensa con particolare forza, soprattutto perché è qui che si incontrano una domanda sempre più sfaccettata e sofisticata, composta da una molteplicità di nicchie, gusti ed esigenze e capacità di spesa, con un'offerta di imprenditorialità particolarmente diffusa, fatta di persone capaci, "imprenditori di prima generazione", che accettano di mettersi in gioco, magari senza sapere bene a cosa vanno incontro.

In questo senso, l'area metropolitana milanese, che più di altre ha mostrato capacità di reazione alla crisi, è in grado di costruire un progetto che possa essere esportato anche altrove. In questi anni l'amministrazione comunale ha posto fra gli obiettivi primari quello di rendere Milano un ecosistema abi-

litante per la nascita, l'insediamento e la crescita di imprese operanti nel campo della manifattura digitale e del nuovo artigianato, coadiuvando un'alleanza tra attori pubblici e privati a guida comunale per la promozione di questa nuova attitudine produttiva, integrando nuove iniziative e azioni, seguendo i cambiamenti del mercato e dei consumi dove la ricerca di prodotti e servizi su misura supera di gran lunga quella di prodotti standardizzati.

In questa coalizione fra operatori economici, attori sociali e dell'opinione pubblica si vengono a creare occasioni di incontro e sperimentazione tra imprese, portatori di competenza (fablab, makerspace, imprese innovative, attori della ricerca) e mondo della creatività e del design, che favoriscono la rigenerazione e riqualificazione urbana attraverso la trasformazione culturale del territorio in cui avvengono.

Questi fenomeni pongono le condizioni per la città di riportare la produzione di beni nel suo tessuto urbano. Una vera e propria economia circolare rilocalizza la produzione manifatturiera, e non solo, nelle sue cellule resilienti al mutamento – frammenti di paesaggio, lacerti infrastrutturali, quartieri in riciclo funzionale, permettendo alla città di assumere una forma più elastica, meno resistente all'innovazione e più adattative (Maurizio Carta).⁴³

Queste prospettive floride però portano in seno una ambivalenza rischiosa, ciò che teorizza Richard Florida in "the new urban crisis":⁴⁴ la possibilità di generare nuove forme di esclusione ed autoreferenzialità.

Il suddetto scenario derivato da economie di relazioni, costruzione di comunità, beni comuni, spazi che diventano luoghi ed imprese ibride che producono forme di welfare generativo, rischia di essere catalogata più come una sorta di "hipster economy", figlia di una gentrificazione anemica capace solo di generare valore economico ma incapace di generare impatti sociali sulla cittadinanza.

Oggi Milano può diventare uno dei più grandi laboratori di innovazione economica e sociale d'Europa, aprendo la strada ad una ripresa in grado di contagiare tutto il Paese.



Stereotipo "Hipster"

43 Carta, M., & Lino, B. (2015). *Urban hyper-metabolism*.

44 Florida, R. L. (2017). *The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*. New York: Basic Books

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.2 Manifattura Milano



Logo di Manifattura Milano

Manifattura Milano è un percorso condiviso da diversi stakeholders, in un'intesa plurilaterale volta ad approvare un programma per sostenere le imprese di nuovo artigianato e manifattura urbana portato avanti dal Comune di Milano.

Nel 2016, la Direzione Economia Urbana e Lavoro ha lanciato una call for action rivolta ad attori di diversa natura e tipologia del tessuto urbano milanese, come associazioni, università, scuole di design, fab lab e maker space, per definire delle linee che fungessero da direttrici ottimizzanti per tecnologie abilitanti in modo da rivoluzionare micro-sistemi economici-sociali attraverso la nascita di imprese, creazione di occupazione, valorizzazione delle risorse autoctone e miglioramento della qualità della vita.

*L'industria italiana si è spostata verso l'alto di gamma e verso produzioni su misura che interpretano i bisogni degli acquirenti. Tali produzioni richiedono un maggior valore aggiunto rispetto a produzioni di massa, perché implicano maggiori studi di progettazione, capacità di adattamento alla clientela, assistenza post vendita, attività di marketing e di advertising, maggiore cura nell'esecuzione dei lavori.*⁴⁵

Innocenzo Cipolletta

⁴⁵ Cipolletta, E., (2016). *Integrazione industria e artigianato. L'Industria, Il Mulino*

Nel Documento Unico di Programmazione "Patto per lo sviluppo - Sviluppo Progetti per la crescita" (cfr Delibere C.C. n.7 del 22.2.2017, n. 33 del 24.9.2018 e n. 9 del 28.3.2019)¹¹ ha indicato la Manifattura Urbana 4.0 come uno dei settori su cui intervenire per rafforzare lo sviluppo economico della città attraverso la valorizzazione dell'innovazione definendo gli ambiti d'intervento a differenti livelli:

1. **MANIFATTURA CIRCOLARE E SOSTENIBILE** – progetti, anche di filiera, particolarmente innovativi in grado di ridurre gli impatti sull'ambiente urbano, favorire la chiusura del ciclo dei materiali, facilitare il recupero, il riuso e il riciclo degli scarti di produzione come risorsa per nuove produzioni manifatturiere e artigianali;
2. **VALORIZZAZIONE DELLA TRADIZIONE MANIFATTURIERA E ARTIGIANALE** - attività per la tutela, la valorizzazione e la rivitalizzazione del patrimonio materiale e immateriale e della tradizione manifatturiera milanese, anche in un'ottica di promozione turistica e/o di mercato;
3. **TECNOLOGIA E INNOVAZIONE PER LA MANIFATTURA 4.0** - sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative per la manifattura urbana, o finalizzate a facilitare l'assorbimento dell'innovazione da parte delle micro e piccole imprese artigianali e manifatturiere;
4. **COMPETENZE PER LA NUOVA MANIFATTURA URBANA** – progetti e iniziative di particolare rilevanza per la diffusione di conoscenze e competenze artigianali e/o tecnologiche in linea con le nuove tendenze del settore;
5. **LABORATORI E SERVIZI PER LE IMPRESE** - realizzazione di servizi di incubazione, accelerazione, centri di ricerca, spazi di lavoro e laboratori condivisi destinati alle imprese di nuovo artigianato e manifattura urbana;
6. **RIVITALIZZAZIONE DI SPAZI URBANI DISMESSI** – Insediamento, anche temporaneo, di attività in ambito manifatturiero, in spazi urbani sottoutilizzati o abbandonati;
7. **MANIFATTURA E INCLUSIONE SOCIALE** - realizzazione di progetti e iniziative in ambito manifatturiero orientati allo sviluppo, alla coesione e alla rivitalizzazione dei quartieri e all'inclusione sociale.

46 Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani* (1. ed). Venezia: Marsilio

Già nel 2011, anno di uscita di "Futuro artigiano" (Micelli, 2011)⁴⁶ si iniziava a parlare di un modello produttivo di personalizzazione o customizzazione di massa, in cui ogni impresa, a prescindere dal settore e dalla dimensione, diventa artigiana. In grado cioè di corrispondere, grazie al mix di saper fare e nuove tecnologie, al desiderio puntuale di ogni singolo acquirente.

47 www.linkiesta.it/2016/04/new-craft-la-nuova-manifattura-e-gia-realta

Modello, questo, che ha trovato rappresentazione concreta nella mostra New Craft,⁴⁷ curata dallo stesso Micelli nell'ambito della XXI Triennale. Ed è proprio qui, a Milano, che queste intuizioni si possono concretizzare maggiormente e più rapidamente, data la vocazione e il capitale di partenza della città stessa, fatto di 36.000 imprese e 13.000 artigiani manifatturieri, che da soli producono 360mila posti di lavoro e un quarto del valore aggiunto della città,⁴⁸ per queste motivazioni, dunque, l'Amministrazione ha promosso iniziative per accrescere la consapevolezza dell'opinione pubblica, delle imprese e degli addetti ai lavori attraverso il coinvolgimento e la messa in rete delle realtà manifatturiere e artigianali attive in città, realizzate in collaborazione con importanti stakeholders di settore anche di rilievo internazionale.

48 www.symbola.net/approfondimento/citta-di-milano



Manifattura Milano Camp

49 Cristina Tajani, Stefano Micelli, Marco Taisch, Massimo Banzi, Francesco Cingolani, Enrico Bassi, Stefano Maffei

Dopo questa fase di set-up, nel 2017, il Comune ha costituito un comitato scientifico (advisory board),⁴⁹ composto da esperti chiamati ad elaborare una governance per lo sviluppo di Manifattura Milano, presentati durante il primo Camp. L'evento è stato organizzato in una sessione plenaria di apertura e 3 round successivi, Dove hanno partecipato 112 relatori e 88 diverse organizzazioni, definendo le linee di indi-

rizzo per governare e promuovere lo sviluppo della nuova manifattura digitale in città, riconoscendone la valenza di nuovo modello di economia urbana, capace di combinare innovazione e inclusione, crescita economica e sostenibilità sociale e ambientale.



Cover Manifattura Milano Camp 2018

Le linee guida individuate sono:

- azioni di comunicazione volte a sensibilizzare gli attori economici e sociali verso le opportunità e i contenuti offerti dalla nuova manifattura 4.0.
- un approccio sartoriale per creare un modello Milano di sostegno alla diffusione della manifattura digitale in città mantenendo una profonda identità milanese.
- sviluppare laboratori e servizi territoriali dedicati alla nuova manifattura, come fablab, makerspace, hub di comunità, luoghi di promozione, esposizione e diffusione culturale, servizi di incubazione e accelerazione dedicati alle piccole e medie imprese e alle start-up innovative.
- recuperare spazi della città, pubblici e privati attualmente non utilizzati, da adibire all'insediamento della manifattura digitale attraverso investimenti di 10 milioni di euro.
- formazione attraverso la creazione di percorsi ad hoc in grado di generare nuove competenze informatiche, tecniche e scientifiche richieste ai nuovi artigiani.
- una gestione aperta e partecipata del fenomeno della manifattura digitale in città, attraverso il coinvolgimento di attori sia pubblici che privati e di tutta la filiera istituzionale.

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.3 Manifatture Aperte

I presupposti e avviamenti del precedente paragrafo mettono in evidenza tre fattori di spinta e su cui puntare:

- Un primo fattore è legato al rilancio di piccoli e medi produttori di prodotti di alta qualità che beneficiano di una Milano più orientata al turismo e all'offerta policulturale.
- Grazie alle diverse misure specifiche adottate dall'Amministrazione Comunale negli ultimi anni, realtà come start up locali e fab lab hanno la possibilità di mettere a punto nuovi prodotti e nuovi processi grazie a una combinazione originale di tecnologia e design.
- La crescita territoriale è favorita anche da progetti avviati da imprese manifatturiere consolidate che ripensano la propria presenza in città grazie a partnership e joint venture per sostenere la ricerca e lo sviluppo.

In questo scenario, l'artigianato, oggi rivitalizzato dall'azione di innovatori, artisti, designer, maker e teorici come Ugo La Pietra,⁵⁰ vive una sorta di seconda giovinezza.

50 La Pietra, U. (2018). *Fatto ad arte: né arte né design: scritti e disegni (1976-2018)* (Prima edizione). Venezia: Marsilio.

Manifatture Aperte, azione all'interno del programma di Manifattura Milano, rappresenta l'occasione per visitare laboratori, atelier, officine, fab lab e makerspace che aprono le loro porte al pubblico e condividono il loro know how con i visitatori attraverso laboratori e workshop.

Lanciata lo scorso anno, l'iniziativa promossa dal Comune di Milano e curata da Nema – Rete Nuove Manifatture permette di scoprire oltre cento luoghi in cui si fabbricano le cose.

Le proposte sono state raccolte attorno a nove percorsi tematici:

- Botteghe d'arte,
- Cosa vuol dire 4.0?,
- Officine di passioni,
- Manifatture a Teatro,
- Fabbriche del Design,
- La Manifattura nei quartieri,
- Manifattura circolare e sostenibile,
- Donne e manifattura,
- Manifattura a Impatto Sociale.



Cover Manifatture Aperte 2019



Spazio arte tolemeo

Botteghe d'arte

I grandi maestri della tradizione artigianale milanese aprono le porte per raccontare i loro segreti. Borse, cappelli, cornici, libri, ceramiche, gioielli attraaverso le più note e prestigiose botteghe d'arte di Milano



Open Dot

Cosa vuol dire 4.0?

Le tecnologie della quarta rivoluzione industriale stanno trasformando la manifattura mescolandosi alle tecniche della grande tradizione italiana.



Noah Guitars

Officine di passioni

Chitarre in alluminio e auto d'epoca fuoriserie, gioielli in plexiglass e tavole da surf dipinte a mano, laboratori di restauro, liuteria, mosaico, ceramica, fotografia, dove passione e sapienza tecnica che diventano impresa.



Spazio laboratorio Fontanili

Manifatture a teatro

Dalla sartoria teatrale all'allestimento di parti di lavorazioni scenografiche. produzioni manifatturiere e artigianali realizzate per i teatri più importanti al mondo.



Materioteca®

Fabbriche del design

Il legame tra design e manifattura è un tratto distintivo dell'Italia, e di Milano in particolare. Questo itinerario accompagna alla scoperta di alcune straordinarie esperienze che hanno saputo unire creatività, progetto e grande qualità manifatturiera. Visita la fabbrica sull'acqua, l'archivio dei materiali innovativi, lo straordinario museo del legno, il laboratorio che realizza i salotti in "crowdcrafting" e altre cose ancora.

La Manifattura nei quartieri

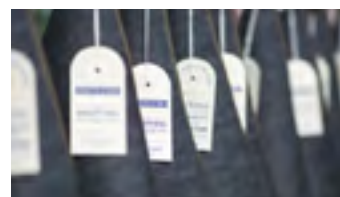
La manifattura che fa vivere la città: un'ex complessi industriale rinati come spazio per l'arte e l'artigianato, artigiani che si mettono in rete per recuperare l'identità del quartiere, una ex fabbrica abbandonata ospita un coworking artigiano.



Lascia la Scia Coworking Lab

Manifattura circolare e sostenibile

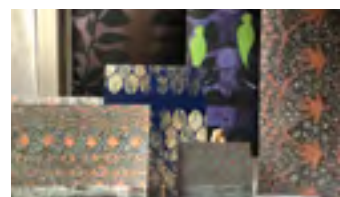
La manifattura del futuro dovrà essere rispettosa dell'ambiente, attenta ai consumi, capace di rimettere in circolo gli scarti come materie prime.



Candiani Denim Store

Donne e manifattura

Un percorso dedicato alle donne protagoniste della manifattura milanese. Moda, gioielli, ceramica, abiti da sposa, tessuti d'arredo, decorazione: una rassegna di laboratori e atelier, dalle giovani esordienti ai nomi più affermati, tra tecnologia, stile e artigianalità.



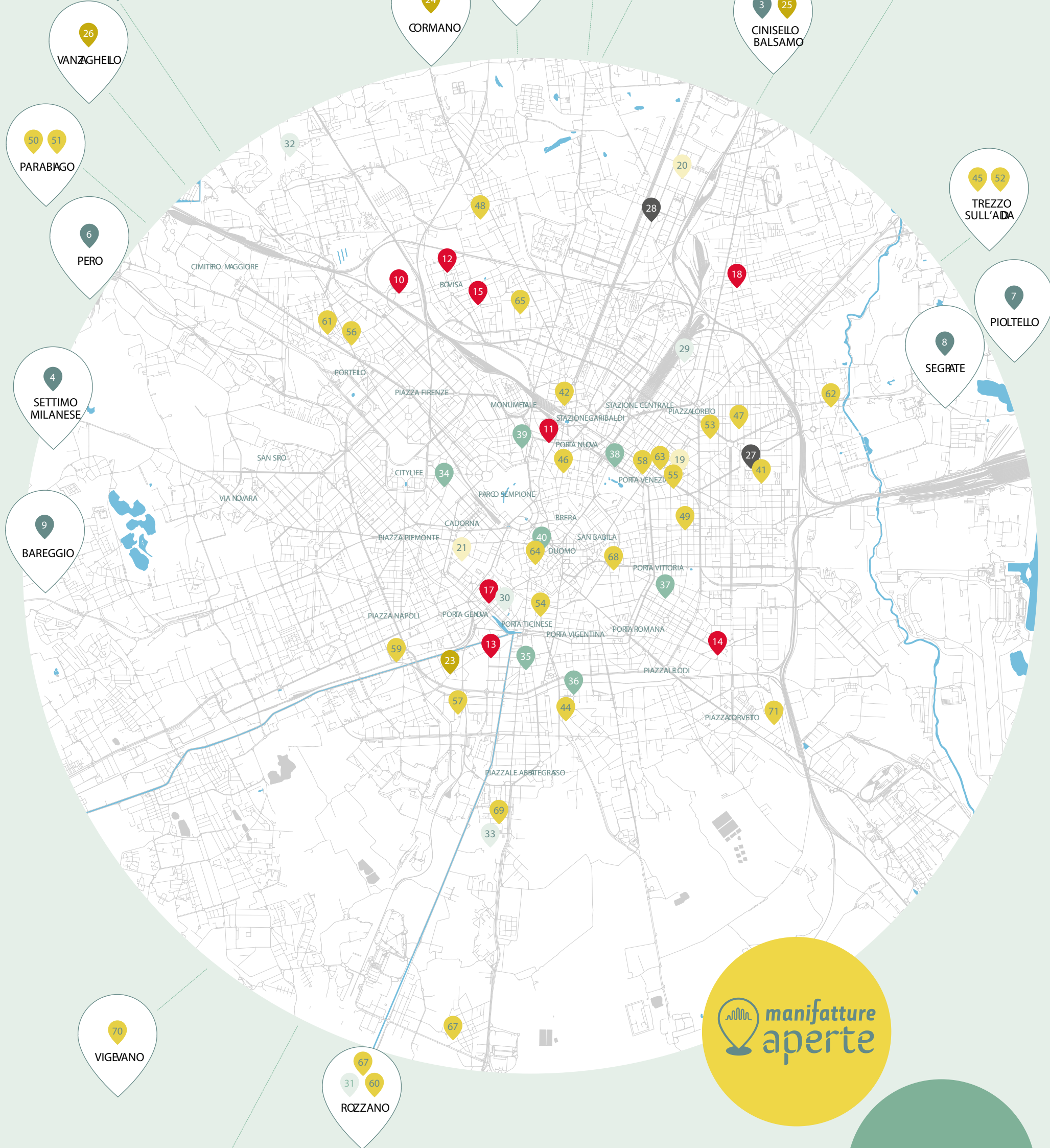
DecorAzione

Manifattura a impatto sociale

Dalla falegnameria sociale, al laboratorio per costruire biciclette, alla fabbrica che dà lavoro ai minori ex detenuti, manifattura vuol dire anche "fare insieme". Questo itinerario rivela i progetti sociali che usano la manifattura come strumento per creare autonomia attraverso il lavoro, sviluppare talento e consapevolezza di sé, far nascere nuovilegami sociali, rinnovare il senso dell'incontro con gli altri.



Gallab



4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.4 Prospettive per consolidare la rete

L'esperienza di altre città internazionali che in questi anni hanno puntato a consolidare una manifattura urbana offre indicazioni interessanti su ciò che è possibile fare anche attraverso il marketing territoriale e la comunicazione. Parigi, in questo senso, ha fatto molto per favorire una nuova immagine di sé come capitale della creazione, per assecondare l'insediamento di una nuova generazione di designer e artigiani di alto livello, e per proporsi come punto di riferimento del network Fab City. (come verrà argomentato in modo più approfondito nel paragrafo 4.4.0).

Il tema dell'edizione 2019 di Manifattura Milano Camp è stato "la Manifattura del futuro", tema centrale per il rilancio della vocazione manifatturiera della città, che ha rilevanti implicazioni anche a livello sociale e non solo in termini economico-produttivo.

51 Cappetta, R., Carlone, A., Manzoni, B., Salvemini, S., & Sommaruga, M. (2005). *Le specificità della classe creativa a Milano: sfruttare i punti di forza della città per supportare i creativi.*

Una parte significativa della "classe creativa"⁵¹ milanese – i designer prima di tutto – ha da sempre sposato la causa dei produttori riconoscendo il valore della conoscenza mantenuta da artigiani competenti (cfr. 4.2.1).

Il bagaglio di competenze dell'artigiano è sempre più richiesto da gallerie, designer e aziende. L'interesse è amplificato dall'attività di nuove generazioni di creativi sempre più interessati all'autoproduzione, makers che affiancano alla manualità l'uso di strumenti digitali e all'uso di materiali tradizionali e/o di recupero, infatti oggi questo tipo di manifattura avanzata è generatrice di lavoro per la classe media, a differenza di qualche anno fa in cui questa attitudine veniva percepita come un fenomeno che si legava più ad una cultura terzomondista e a movimenti geek.⁵² Oggi, invece queste congiunzioni diventano evidenza di uno sviluppo inclusivo che si traduce in maggiore integrazione sociale, consentendo opportunità di crescita professionale a un'ampia pletora di profili che abbiamo già definito "media".

52 McCain, J., Gentile, B., & Campbell, W. K. (2015). *A psychological exploration of engagement in geek culture.* PloS one, 10(11).

Tra il 2014 e il 2017, l'area metropolitana milanese ha conosciuto una crescita del PIL che è quasi doppia rispetto alla media nazionale,⁵³ ha visto un aumento degli occupati nel settore privato di quasi dieci punti percentuali e ha dimostrato un dinamismo particolare in settori strategici come la ricerca, la formazione e la sanità.

53 www.ilfattoquotidiano.it/2019/11/08/milano-pil-procapite-doppio-rispetto-alla-media-italiana-ma-crescono-le-disuguaglianze-il-9-degli-abitanti-ha-un-terzo-della-ricchezza/5554363



Inaugurazione Milano Luiss Hub for Makers and Students

Nella capitale del terziario, sempre tra il 2014 e il 2017, i nuovi contratti nelle diverse filiere della manifattura sono cresciuti del 63%,⁵⁴ anche perché la città ha sempre conservato una solida cultura del fare e il rilancio della manifattura non rappresenta una discontinuità culturale con il suo passato

54 www.aise.it/modulo-pi%C3%B9-letti/cresce-il-ruolo-della-cultura-nelleconomia-italiana/139195/2

In conclusione, l'attuazione di queste linee di intervento sono state confermate in una serie di azioni come l'apertura dello spazio comunale "Milano Luiss Hub for Makers and Students" e la relativa promozione di progetti educativi e formativi, con particolare riferimento ai giovani inattivi o in cerca di occupazione sulle competenze in materia di manifattura 4.0.

La realizzazione di studi e ricerche⁵⁵ che hanno messo in evidenza un trend di crescita del settore manifatturiero nel contesto milanese, in termini di creazione di nuovi posti di lavoro, in analogia con quanto sta avvenendo in altre metropoli globali come New York, Barcellona, Detroit, Parigi e Londra.

55 Biondi, v. (2016) *Milano metropoli possibile.* Venezia: Marsilio.

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.1 Una strada percorribile?

Nuove economie urbane, sono già state definite. Non i campus, quindi, né hub circoscritti o isolati, ma vie, strade, piazze, interi quartieri. Come Poblenou⁵⁶ a Barcellona, diventato Fab City, in cui una rete di imprese manifatturiere, locali commerciali, cittadini stessi, ha dato vita a una specie di distretto produttivo urbano fondato sui materiali di riciclo e sull'economia circolare. O, rimanendo in Europa, come Parigi e Marsiglia, città anch'esse che hanno scommesso sulla nuova manifattura digitale con la contemporanea presenza di incubatori artigiani in centro città e rientro delle "industrie del futuro".

56 www.poblenouurbandistrict.com

57 Díez, T., (2018). *Fab City: The Mass Distribution of (Almost)*, Institute for Advanced Architecture of Catalonia

Per questo il progetto Fab City⁵⁷ è collegiale, multidisciplinare e co-progettuale, si muove in un contesto fluido, in cui collaborano diversi attori a seconda dei progetti: ingegneri, designer, architetti, urbanisti, cariche pubbliche, artigiani, botteghe, associazioni, gruppi informali, aziende di piccola e grande dimensione (Nike e Ikea figurano come partner).

Il MIT ha sostenuto la rete di questa tipologia laboratori tramite la registrazione ufficiale alla Fab Foundation. Dal 2014, la lista di tutti i Fab Lab ufficiali è mantenuta e aggiornata attraverso il sito fablabs.io, punto di riferimento per la comunità open source. Ad oggi, sul sito sono registrati 1458 Fab Lab diffusi in tutti i continenti, a esclusione dell'Antartide.

58 www.fablabs.io/organizations

Analizzando i dati estratti da fablabs.io⁵⁸ emerge immediatamente l'evidenza che questa comunità strettamente connessa non è omogeneamente distribuita sul pianeta: dei più di mille Fab Lab iscritti alla Fab Foundation, 720 si trovano in Europa, 406 nelle Americhe, 262 in Asia e solo 70 in Africa e Oceania. Parliamo dunque di una comunità ancora fortemente occidentale.

Nello specifico, nei soli Stati Uniti hanno sede circa 200 Fab Lab; seguono da vicino

Francia e Italia, con una distribuzione capillare sul territorio di più di 100 laboratori a testa. Brasile, Spagna, Germania e India ne hanno circa 60 a testa, tra cui spicca nel campo della ricerca Fab Lab Barcellona, gestito dallo IAAC (Institute for Advanced Architecture of Catalonia). Nel resto del mondo, specialmente nei Paesi africani, sono attivi meno di 10 Fab Lab per Stato.

La Fab City è l'evoluzione della rete dei Fab Lab, che utilizzando una metafora biologica, sono i monomeri del polimero Fab City. Il primo progetto pilota viene attuato nel 2014, a Barcellona, nel Fablab dell'istituto per Architettura Avanzata della Catalunya e che ancora oggi contribuisce a far crescere la rete pubblica in città e il progetto a livello globale.

Il focus di questa iniziativa è la fusione e contaminazione della sharing economy con il movimento dei fabrication laboratory in una dimensione urbana, infatti l'economia collaborativa sta provando a collegare i consumi e le risorse in maniera condivisa, al contrario il movimento maker sta studiando e sperimentando come cambiare il modo di produzione di diversi tipi di artefatti, sia materiali che immateriali, ma entrambi i sistemi puntano a sovvertire gli schemi di consumo e fruizione dei modelli di produzione esistenti. Questo tipo di città, fungerà da catalizzatore di un nuovo modello che creerà un nuovo tipo di infrastruttura finalizzata ad una disponibilità di risorse uniformemente distribuita.

L'obiettivo, entro il 2050, è che le città, almeno per Barcellona, possano produrre localmente tutto ciò di cui necessitano, favorendo una nuova economia che permetta





alle città per essere più sostenibili sotto tutti i punti di vista: economico, ambientale e sociale.

La mission va oltre il mero profitto, ed è per questo che il team di lavoro di Fab City interagisce sia con il governo locale che con le amministrazioni internazionali per migliorare il modello dei fab lab pubblici e anche con l'obiettivo di creare quartieri come per esempio Poblénou.

Queste tematiche sono parallele ai trend e direttrici europee, per il prossimo decennio, infatti la commissione europea ha varato "Horizon Europe", il nuovo Programma Quadro europeo di ricerca e innovazione 2021-2027, che succederà a Horizon 2020, che consta fra le più importanti novità un aumento di budget, stabilito a 100 miliardi di euro.

Come anche in H2020, anche questo programma si struttura in tre pilastri, di cui il terzo sembra parlare proprio delle policy portate avanti da Fab City: Il terzo pilastro, "Open



Innovation" con attività prevalentemente bottom up, si concentrerà sulla creazione e sul rafforzamento di un ecosistema di innovazione, attraverso attività trasversali di reforming and enhancing the European R&I system e attività di sharing excellence.

Il principio della open science diventerà il modus operandi del nuovo programma, con l'obbligo di rendere disponibili tutti i dati e le pubblicazioni dei progetti finanziati. Horizon Europe avrà un approccio alla creazione di partenariati maggiormente orientato a massimizzare l'impatto dei progetti sulla società.

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.2 Global roadmap

La Fab City Global Initiative sta consentendo il passaggio dal paradigma industriale in un modello "Product-in, Trash-out", con una metodologia "Data-in, urban data-out", consentendo il ritorno della produzione in città. Comprende una rete di 28 città e diretta dalla Fab Foundation del MIT.

La ricerca e la sperimentazione sono strutturate in questa tabella di marcia:

Lima



- 2011, **Conferenza internazionale Fab7**
Il progetto Fab City è lanciato dallo IAAC, dal MIT Center for Bits and Atoms, dalla Fab Foundation e dal Comune di Barcellona.

Barcellona



- 2014, **Conferenza internazionale Fab10 "Da Fablabs a Fab Cities"**, Barcellona lancia ufficialmente il progetto FAB City e lancio della prima rete pubblica di Fab Labs in una città.

Boston



- 2015, **Conferenza internazionale Fab11**
La Fab City diventa un'iniziativa globale, dove le città di Boston, Ekurhuleni, Cambridge, Somerville, il Kerala e la Georgia aderiscono alla rete.

Amsterdam



- 2015, **Amsterdam Fab City Campus Europe by People**: i Paesi Bassi ospitano la presidenza dell'Unione Europea e il primo vertice degli esperti di Fab City.

Shenzhen



- 2016, **Conferenza internazionale Fab12**
Shenzhen, Detroit, Parigi, Santiago del Cile, Bhutan, Occitania, Sacramento, Tolosa aderiscono alla rete

Santiago del Cile



- 2017, **Conferenza internazionale Fab13 Fabricating Society**, Fab City Campus Santiago del Cile, Fab City Summit Copenhagen

Parigi



- 2018, **Conferenza internazionale Fab14 Fabricating Resilience** - Fab city campus Parc de La Villete - Fab City Summit Paris

Possiamo affermare che per uno sviluppo urbano equilibrato e autosostenibile, declinato nei settori economico-produttivo e socio-ambientale, i diversi stakeholder della stessa rete urbana possono giocare un ruolo vitale. La creazione di un circuito è essenziale per diffondere ampiamente questo approccio sistemico; e in questa struttura reticolata, gli hub, i nodi di connessione, possono essere i Fab Lab, che lavorano sempre più a fianco delle Amministrazioni e in partnership con grandi e piccole aziende, ma restano comunque focalizzati sulle persone, in un luogo in cui i cittadini sono percepiti non solo come consumatori ma come produttori in grado di svolgere questa funzione accedendo agli strumenti digitali di fabbricazione e creazione di cultura. In tale scenario, gli attivatori/catalizzatori di queste pratiche e che operano in questi luoghi, i maker, creano quelli che MacCannell (and Lippard, 1999)⁵⁹ definisce come ‘marker’ (cfr. 4.1.1 - più della tecnologia conta l'attitudine) – manufatto in grado di conferire identità e riconoscibilità del processo di costruzione dell'immagine da veicolare della realtà territoriale e di rappresentare la complessità delle sue caratteristiche materiali e simboliche. Subiscono quindi una sorta di ulteriore upgrad e semantico, qualificandosi con la crasi Ma(r)ker:⁶⁰ co-produttori e co-designer, che ibridano le nuove tecnologie a sistemi di produzione tradizionali, fabbricando manufatti che portano valori simbolici di appartenenza di un determinato territorio. Un esempio della raltà locale ligure è "ceramica per l'Antropocene": per rispondere alle tematiche urgenti relative della sostenibilità ambientale, gli ingegneri del campus di Savona hanno elaborato una microrete intelligente in grado di gestire in modo efficiente l'energia autoprodotta all'interno del campus stesso. Partendo da queste ricerche, laa designer Francesca Perona ha collaborato con gli artigiani ceramisti del territorio savonese per tradurre in ceramica i dati provenienti dalla microrete energetica del campus utilizzando un braccio robotico e la tecnologia digitale. Il progetto così è il risultato dell'interazione tra design, ingegneria, ceramica e robotica.

59 Mac Cannel, S. and Lippard, L. R. (1999), *The Tourist: A new theory of Leisure Class*, University of California Press, Oakland.

60 Fagnoni, R., Ferrari Tuma, X., Vacanti, A., & Vian, A. (2020). *Ma(r)kers: Digital Fabrication as Opportunity for Enhancing Territories Through Hacking, Personalization, Traces*. In M. Di Nicolantonio, E. Rossi, & T. Alexander (A c. Di), *Advances in Additive Manufacturing, Modeling Systems and 3D Prototyping* (Vol. 975, pagg. 60–70). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20216-3_6



La Fab City è un nuovo modello urbano per città autosufficienti localmente produttive però connesse a livello globale, che rende tacita la metamorfosi che sta avvenendo nella nostra società e sovverte radicalmente il modo in cui le città acquistano e utilizzano i materiali, i semilavorati e i prodotti, traducendo talvolta la proprietà di un bene nella possibilità di usufrutto, riportando la produzione su una scala ridotta e distribuita ma che al contempo rende la dimensione urbana sostenibile e reattiva al cambiamento.

La volontà e obiettivo di questo sistema è una maggior consapevolezza sulle tematiche di produzione, non finalizzata al contrasto dei metodi capitalistici e post-industriali contemporanei, che secondo diversi studiosi⁶¹ ed esperti è già in una fase di autoconsumazione, avviene all'interno della città, dei quartieri e delle case dei cittadini, insieme al riciclaggio dei materiali e al soddisfacimento delle esi-

61 Mazzucato, M. (2018). *Il valore di tutto: chi lo produce e chi lo sottrae nell'economia globale*. Gius. Laterza & Figli Spa.

L'esigenza di lottare per una società tollerante ed equa [...] va di pari passo con l'importanza della definanziarizzazione dell'economia e con la lotta ai cambiamenti climatici. Le tre cose sono assolutamente collegate, perché lavorare sulle prime significa spingere per una crescita sostenibile, verde, inclusiva. Significa passare da un modello di estrazione del valore a uno di creazione del valore"

————— Mariana Mazzucato

genze locali attraverso l'inventiva locale. Nel quartiere di Poublenou a Barcellona, questo modello è stato costruito attraverso una rete in continua ascesa fra amministratori, aree di produzione e cittadini.

In questa scala "iperlocale", la produzione viene erogata in base alle esigenze locali. La produzione funziona "on demand", non a stock. Il quartiere produce ciò di cui il quartiere ha bisogno.⁶²

62 Diez, T. (2018), *Fab City. The mass distribution of (almost) everything*, IAAC Fab Lab Barcellona, Barcellona.

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.3 L'esperienza di Barcellona 2014: Poblenou

Proprio Barcellona, nel 2014, si è resa protagonista di un esperimento concreto: nello storico quartiere industriale Poblenou della città catalana: per una settimana un'area di circa un chilometro quadrato (1Kmx1Km) è stata trasformata in una Fab City.

Qui ha preso vita un modello circolare di città in grado di riutilizzare scarti e rifiuti per realizzare nuovi oggetti e reimmetterli nel ciclo produttivo. Botteghe artigiane, esperti di tecnologie insieme a studiosi e designer hanno dimostrato che è possibile dar vita a un sistema circolare all'interno di un grande centro urbano creando connessioni e sinergie.

Per esempio, realizzando tessuti prodotti dalla plastica raccolta sulle spiagge spagnole, oppure producendo eco-pelle dalle foglie d'ananas. Quest'iniziativa portata avanti dal MIT, dall'IAAC e dalla Fab Foundation ha l'obiettivo di trasformare le città in luoghi di produzione locale e di connessione globale in cui i cittadini siano parte fondamentale del cambiamento. Ciò che Bauman (and Bordoni, 2014)⁶³ definiva 'glocale': un neologismo che indica una realtà che coniuga caratteri di glo-

63 Bauman, Z. and Bordoni, C. (2014), *Stato Di Crisi*, Giulio Einaudi Editore, Torino.

balità e località insieme, così come una comunicazione rivolta al contesto globale tenendo però conto delle specificità delle singole realtà culturali locali.

Si può affermare che questa esperienza possa essere definita come un'*eterotopia glocalizzata*, parafrasando Foucault,⁶⁴ per cui in tutte le forme di società convivono due forme di spazio: quello utopico, ideale e privo di luogo fisicamente sperimentabile, e quello eterotopico, localizzato effettivamente e che costituisce una sorta di contro luogo, cioè che ritrae, contesta e sovverte tutti altri luoghi della società e nella fattispecie la città-tipo odierna è luogo di consumo.

Secondo Codeluppi⁶⁵ gli spazi di consumo contemporanei sono oasi paradossali poiché al contempo riproducono e sconvolgono il sistema di funzionamento degli spazi tradizionali di una società. Sono caratterizzati da una volontà sottesa di creare artificialmente l'incanto per produrre seduzione costante ed eterna sui visitatori ma cercando di costruire luoghi di commercio ampiamente riproducibile e facilmente riconoscibili si cade nell'omologazione.

64 Foucault, M., & Pandolfi, A. *Archivio Foucault: Interventi, colloqui, interviste*. Feltrinelli. pag. 310-319.

65 Codeluppi, V. (2014). *Metropoli e luoghi del consumo* (pp. 1-132). Milano: Mimesis.



4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.4 Fab City Summit Paris 2018

L'ultimo Summit sulle Fab City si è tenuto nel luglio del 2018 a Parigi e ha coinvolto a livello globale diverse comunità interessate ai temi dell'economia circolare, dell'urbanistica, della fabbricazione digitale, a nuovi modelli di business, all'impegno civico e alla progettazione e produzione sostenibili.

Il programma Fab City Summit Paris 2018 si è suddiviso in tre grandi manifestazioni:

- Il **Fab City Lab**, un evento istituzionale organizzato dalla Città di Parigi, mirato alle principali sfide e cambiamenti urbani nei campi di economia, ambiente e del sociale. Parigi ha infatti decretato e attuato una strategia che si basa su una nuova localizzazione delle unità produttive all'interno della città e sul supporto di progetti con approcci a chilometro zero. L'obiettivo è raggiungere l'autonomia del 50% in termini di agricoltura, energia e beni e servizi manifatturieri entro il 2054 e condividere le migliori pratiche con la rete globale di Fab Cities, proprio come era avvenuto nel 2014 a Barcellona.
- LA **Fab City Conference**, con i migliori relatori provenienti da tutto il mondo. I diversi dibattiti si sono focalizzati sullo sviluppo dei processi di urbanizzazione nelle differenti città globali, veicolati dalla crescita esponenziale delle tecnologie digitali che offrono l'opportunità di consentire una transizione verso un modello di città basato su un flusso globale e distribuito di dati e conoscenze ma soprattutto dal flusso locale di materia e risorse.
- Un **Fab City Campus**, un distretto della durata mensile, che mostrerà esperienze e prototipi internazionali delle diverse Fab Cities dislocate sull'intero pianeta, attraverso mostre, seminari per i cittadini, visite guidate ai Fab Lab locali e ai luoghi dei produttori coinvolti nel progetto Fab City a Parigi.



Neil Gershenfeld



Saskia Sassen



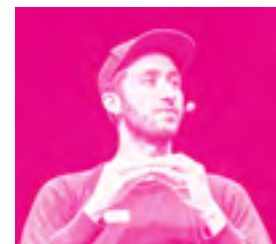
Kate Rasworth



Primavera De Filippi



Francesca Bria



Dave Hakkens



Indy Johar



Saadi Lahlou



Fab City Campus di Parigi

Si è fatta una valutazione di due diverse realtà che pur appartenenti allo stesso programma e guidati dagli stessi valori, hanno un impatto estremamente diverso sul sistema globale e soprattutto sulla regione in cui operano; tra i numerosi fattori che distinguono le due esperienze, sicuramente è stata fondamentale per lo sviluppo positivo di Fab Lab Barcelona la relazione con una realtà legata al mondo del progetto come IAAC, che è stato in grado di guidare lo sviluppo del laboratorio e legarlo a progetti, esperienze e ricerche innovative nel mondo del design, della tecnologia e dell'architettura.

66 www.fablabgenova.it

Fab Lab Genova,⁶⁶ al contrario, non ha saputo fare rete sul proprio territorio, che comunque presenta sfide maggiori di una grande città come Barcellona, e lasciare che altre esperienze e stakeholder ibridassero la propria esperienza, rimanendo quindi un fenomeno principalmente isolato e poco legato al mondo dell'innovazione e del progetto.

I due casi studio radicalmente diversi e in contrasto sono stati analizzati per evidenziare criticità e opportunità offerte dal modello Fab Lab. In primo luogo, è stata studiata la piccola realtà del laboratorio di Genova, inserita nel Centro sociale Lsoa Buridda. L'analisi del grafo di 'amicizia tra pagine' restituisce un risultato estremamente povero, indice della scarsa attività della pagina Facebook: essa è connessa solamente col vicino Fab Lab Alessandria e con la pagina, ben più attiva e seguita dagli utenti del social network (conta più di 10.000 followers), del suddetto Centro sociale all'interno del quale Fab Lab Genova ha sede.

Per poter osservare meglio la comunità che gira intorno al laboratorio genovese, è stata graficizzata dunque la rete della pagina di Lsoa Buridda, consistente di 113 nodi e 222 link. In questo caso, si nota come il grafo sia molto meno coeso di quello generato intorno a Fab Foundation. Significa che la pagina di Lsoa Buridda⁶⁷ segue ed è seguita da un gruppo molto eterogeneo di pagine, che tra loro hanno poche relazioni. Nello specifico, la rete è composta da numerose pagine di collettivi, centri sociali, spazi occupati, etichette musicali e artisti indipendenti; mancano totalmente invece connessioni con enti culturali, musei e scuole della città. Allo stesso modo, mancano connessioni con comu-

67 www.buridda.org

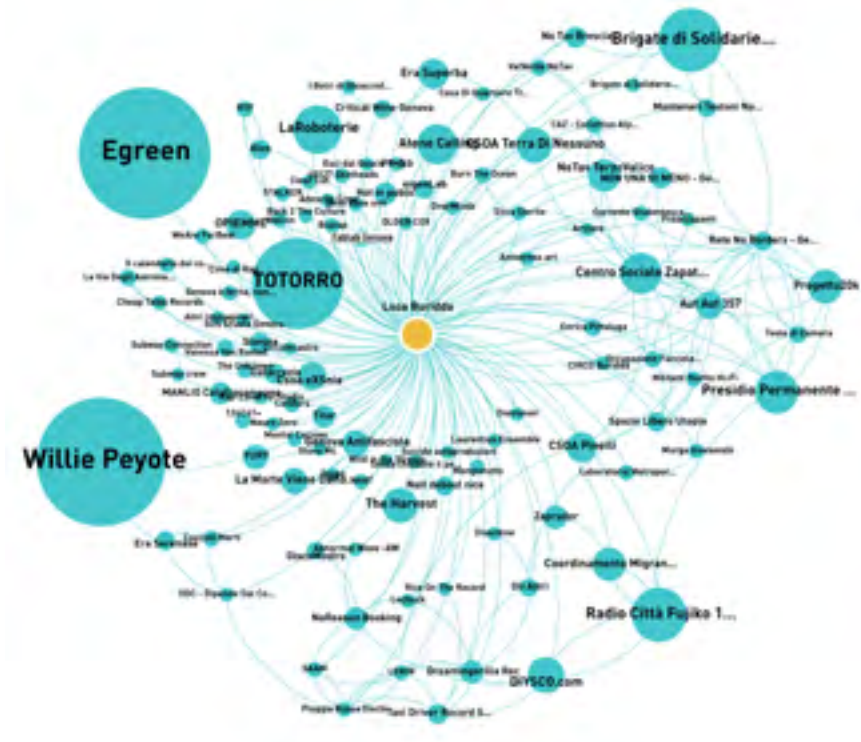
nità open source legate alla prototipazione rapida e al progetto tecnologico e l'innovazione. Il Buridda si autodefinisce Laboratorio Sociale Occupato Autogestito, nato l'11 maggio del 2003 con l'occupazione dell'edificio sede dell'ex Facoltà di Economia dell'Università di Genova, abbandonato allora da diversi anni. Il Fab Lab, uno tra i primissimi nati in Italia, si insedia fin da subito nello stabile. A seguito dello sgombero avvenuto nel 2014, tutte le attività sono ad oggi state spostate nell'ex Magistero di proprietà dell'Università in corso Monte Grappa. L'evidenza dell'analisi di rete accompagnata dalla lettura delle vicissitudini di questo centro dipinge un quadro in cui le convinzioni politiche dei fondatori hanno purtroppo agito da deterrente alla creazione di una comunità attiva e realmente coinvolta nel panorama culturale della città di Genova.

Esperienza opposta e molto più positiva è quella del Fab Lab Barcelona, uno dei più attivi nel mondo dal punto di vista della ricerca. Il Fab Lab sostiene diversi programmi educativi e di ricerca relativi alle molteplici scale dell'habitat umano. È anche il quartier generale del coordinamento globale del programma Fab Academy;⁶⁸ la Fab Academy è una piattaforma distribuita di istruzione e ricerca in cui ogni Fab Lab opera come un'aula e il pianeta come il campus della più grande Università in costruzione nel mondo, dove gli studenti apprendono principi, applicazioni e implicazioni delle tecnologie di produzione digitale. In questa sede sono stati prodotti progetti come Hyper habitat IAAC (selezione ufficiale per la Biennale di Venezia XXI) o Fab Lab House (Premio del pubblico nel primo Solar Decathlon Europe a Madrid). Il grafo delle amicizie della pagina Facebook di Fab Lab Barcelona (circa 12.000 followers) è costituito da 174 nodi e 902 link. Anch'esso è lontano dal livello di coesione del grafo di Fab Foundation, tuttavia l'analisi qualitativa dei nodi che lo compongono dipinge un panorama molto più roseo dell'esperienza genovese: nel network sono presenti numerosi Fab Lab mondiali, dalla Bolivia a Berlino fino a Venezia, alcune pagine di importanti realtà quali quella del magazine di innovazione Wired e quella di Arduino. Soprattutto, sono presenti molte pagine afferenti a realtà affermate nel panorama culturale della città di Barcellona, quali Musei, Centri culturali, Scuole e Università.

68 www.fabacademy.org



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Foundation (credits: A. Vacanti, 2019)



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Lsoa Buridda (credit: A. Vacanti, 2019).



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Lab Barcelona (credit: A. Vacanti, 2019).



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Lab Genova (credit: A. Vacanti, 2019).

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.1 Botteghe storiche — Stile Artigiano

Genova ha saputo conservare come poche altre città italiane la rete di botteghe: la peculiarità sta proprio nella vicinanza geografica tra le attività, immerse nel districarsi di vicoli del centro storico. Alcune di queste attività commerciali sono sopravvissute quasi immutate negli anni, superando guerre mondiali, crisi e riprese economiche per arrivare infine ai giorni nostri. Non si tratta di monumenti, ma di luoghi vivi dove quotidianamente si esercitano attività commerciali che devono sapersi rinnovare ogni giorno per stare sul mercato, sempre al passo con i tempi senza perdere di vista il legame con la tradizione.

Le botteghe storiche sono anche un elemento di attrazione della destinazione turistica Genova. Una destinazione che dopo il 2004, anno di Genova Capitale Europea della Cultura, si è affermata come una delle mete emergenti del turismo culturale in Italia e in Europa. Questo nuovo turismo lento trova i suoi punti di forza proprio nel centro storico ormai quasi completamente rivitalizzato, nei Palazzi dei Rolli (XVI° e XVII° secolo), riconosciuti nel 2006 come Patrimonio dell'Umanità Unesco, nelle strade ottocentesche e nelle realizzazioni architettoniche del Novecento.

La Soprintendenza ha individuato dei requisiti minimi per poter fare domanda di iscrizione nell'Albo delle "botteghe storiche" occorre avere 70 anni di attività e possedere almeno tre dei cinque elementi essenziali:

- elementi architettonici
- arredi
- attrezzature
- documenti
- contesto storico ambientale

Confartigianato Genova persegue da anni l'obiettivo di mettere in evidenza tutte quelle realtà imprenditoriali che costituiscono ancora un punto di riferimento per le produzioni artigiane tradizionali liguri. Anche il sistema urbano di Genova, nella fattispecie il centro storico, è particolarmente ricco di botteghe e laboratori artigianali che sono l'essen-

za della città, ne rappresentano l'antica anima mercantile portandone avanti la storia, non solo attraverso tradizioni ma anche innovazioni.

Sono locali che hanno assistito alla storia di Genova, locali che si dimostrano attrattive e in grado di parlarci della città, delle sue abitudini e dei suoi saperi. Una costellazione di piccole, e in alcuni casi anche piccolissime, imprese che conservano caratteristiche produttive molto legate alla tradizione, e i cui prodotti sono sicuramente unici sia come genere sia come qualità.

Sono raffinate pasticcerie, confetterie e cioccolaterie, negozi di calzature, di tessuti, di abbigliamento e di sartoria di così elevata qualità da fornire anche la casa reale inglese.

E, ancora, laboratori che tengono vive le antiche tecniche tradizionali di artigiani per lavorare il vetro, produrre timbri e tappi di sughero e antiche farmacie insieme a librerie e cartolerie.

Sono migliaia le imprese artigiane rappresentanti del "Made in Liguria", ma solo quelle genovesi sono marchiate "Stile Artigiano", organizzati nella rete di Confartigianato in Liguria con il contributo di Regione Liguria, con il patrocinio del Comune di Genova e realizzata dall'Agenzia regionale per il turismo (Agenzia In Liguria).

Da ormai 12 anni annualmente, si svolge una manifestazione che coinvolge le diverse realtà del territorio, promuovendo i settori dell'artistico e del benessere, presentando in una chiave innovativa il "valore artigiano" in tutte le sue varie ed articolate sfaccettature, attraverso due grandi spazi comuni: uno dedicato alla lavorazione e vendita (esclusivamente per l'artigianato artistico) e l'altro alla preview di "Travel art", manifestazione primaverile di successo dell'Agenzia in Liguria con una "live performing art", realizzata dalle imprese artigiane di qualità.





Ceramiche "il Tornesino" - Ilaria Traverso



La lampada di Aladino - Davide Satta - Lavorazioni metalliche



Carlo Favre - Legno e ardesia



Francesca Olcese - Laboratorio di restauri



Davide Garozzo - Cornici e legno



Claudia Rizzo - GR Design - Laboratorio di filigrana



Andrea Bortolameazzi - Pelletteria



Gismondi Atelier - Laboratorio orafo



Giancarlo Faccio - Laboratorio del Rame 1860



RiArrediamo - Laboratorio di riuso creativo



Luca Cimino - La bottega dei miracoli, restauri



Salvatore Scalia - Violin maker



Marcella Diotto - Poterie, ceramiche artistiche



Tiziana Sidoti - Sidoti, sartoria alta moda



Pedemonte Bike - Biciclette su misura



Alessandro Boccardo - Romeo Viganotti, cioccolateria

Nel contesto precedentemente descritto si inserisce una manifestazione parallela 'LENTA BELLEZZA. Design e storie di Liguria', una mostra, che nasce dalla scelta nel 2019, da parte del Mibact, come anno dedicato al "turismo lento".

Gli studenti del Laboratorio Tematico del terzo anno della Laurea Triennale in Design del Prodotto e della Comunicazione del Dipartimento Architettura e Design (dAD) dell'Università di Genova, coordinati dagli insegnanti Niccolò Casiddu, Vito Nesta e Chiara Olivastri, hanno lavorato sul rapporto tra design e turismo e, in particolare, alle contaminazioni virtuose tra turismo lento, design, artigianato, industria, storia e cultura del territorio.

Il risultato è una reinterpretazione del territorio che ne fa emergere storia e cultura attraverso i suoi prodotti più radicati nella cultura e nell'identità locale.

I concetti di "design lento" e "turismo lento" si ibridano per riscoprire le peculiarità del territorio, prendersi del tempo per entrare in contatto con la cultura e l'identità locale al di fuori dai percorsi turistici tradizionali si lega perfettamente a un processo di design in cui il progettista non lavora più in solitario, ma incontra le comunità, gli artigiani, per produrre idee che siano il risultato di confronti e scambi.

I progetti dei ragazzi, grazie allo stimolo fornito dal design, sono usciti dai confini accademici per confrontarsi con la città e i cittadini, gli artigiani, le aziende, le istituzioni, gli interessati e gli esperti del settore, incontrando produzioni come i croxetti di Varese Ligure, i velluti di Zoagli, i Damasci di Lorsica, le ceramiche di Albissola, i Jeans, i mezzeri e i Forti di Genova, i garofani della riviera ligure, e cercando per loro nuovi linguaggi progettuali.

Dall'incontro sono emerse storie che il presente ha indebolito o interrotto per cambiamenti di produzioni, necessità o velocità, ma che vanno recuperate per ridurre la distanza tra passato e futuro e trasmettere un'eredità: non tanto per recuperare antiche maestranze o tecniche difficilmente replicabili, ma per reinterpretare le storie che

le hanno generate, attraverso progetti capaci di dialogare con la contemporaneità e di sfruttare le nuove tecnologie.

Lenta Bellezza, quindi, è stata un'iniziativa che ha raccontato un nuovo momento di collaborazione tra il DiDe, il dipartimento di Architettura e Design ed il Comune di Genova.

"Un ulteriore conferma di un percorso virtuoso tra istituzioni, privati e realtà artigianali del territorio dove la bellezza ritrova i tempi e i modi per liberare il suo potenziale innovativo" - ha dichiarato l'assessore al Commercio e Turismo Paola Bordilli - "Un progetto al passo con i tempi in cui i giovani coinvolti, che saranno i professionisti di domani, attingono dalle radici delle tradizioni del passato, integrandole con le competenze contemporanee."



Locandina dell'evento



Ogni camatti racconta una storia, kit da degustazione esperienziale - Francesca Macolino, Alessandro Giacometti

Il Camatti è un tipico amaro genovese, che da poco è stato riscoperto dai giovani che sono soliti berlo durante la movida che avviene nel centro storico di Genova; ma in realtà è un'esperienza che parte da lontano, si dice che i marinai lo bevessero prima di imbarcarsi per lunghi viaggi in modo da ricordare il sapore di Genova.

Il progetto si pone l'obiettivo di raccontare questa storia, attraverso prodotti che favoriscano la gestualità in situazioni di vita quotidiana.



Damas, moduli per sistema tattile - Giada Veronese, Marta Saitto, Clara Giusta

Nella bottega dei fratelli De Martini, situata a Lorsica, piccola località genovese, si produce e tramanda ancora l'antica arte dei damaschi, tessuto operato con disegni stilizzati o floreali, realizzato con telaio al tiro.

Attraverso l'utilizzo della stampa 3D, si è costruito un sistema tattile che potesse evocare una dimensione sensoriale intima con la materia capace di raccontare la storia che si cela dietro questa tradizione centenaria.



Il progetto nasce in sinergia con il museo MAV (Museo Alterese del Vetro), che svolge un ruolo centrale per le botteghe che sono situate nella zona limitrofe.

Grazie ad una piattaforma digitale, l'utente turistico viene informato sugli eventi e le dimostrazioni artigianali che avverranno nel territorio altarese, con la possibilità di iscriversi a laboratori e workshop. Il visitatore viene guidato lungo le vie del borgo di Altare, alla scoperta delle botteghe storiche dei maestri vetrai e dei loro prodotti.

IN VITRO, sistema servizio-prodotto, vasi - Erijon Ademi, Lorenzo Decia, Isabella Fois



Un progetto di rivalutazione dell'omonima pasta ligure in chiave moderna. Attraverso lo storytelling e la prototipazione di questa antica tradizione, in collaborazione con ultimo intagliatore di croxetti, Pietro Picetti, e attraverso l'utilizzo di macchinari CNC, si sono ridisegnate le incisioni, con un approccio di mass customization, in modo da valorizzare il territorio ligure nell'ambito della gastronomia. Al fianco dello stampo in legno, si sono accompagnati anche dei modelli di studio con materiali, quali resina e silicone.

CroXetti, stampi gastronomici - Marco Biagioni, Simone De Paoli, Sonny Fasolino

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.2 DiDE – Distretto del design

L'Associazione di promozione sociale DiDe _ Distretto del Design ha come finalità la nascita di un distretto, all'interno della città storica, dove il design sia protagonista di una contaminazione territoriale di creatività, sviluppo economico e produttivo. L'associazione è nata per iniziativa di professionisti e singoli cittadini che vivono, lavorano o semplicemente gravitano nell'area attorno a piazza dei Giustiniani, dove già operano aziende di design, arte e moda con l'obiettivo di contaminare le altre attività, nuovi spazi ed iniziative con la cultura del progetto.

DiDe stesso è un progetto per il rilancio di un pezzo prezioso del centro storico che, con i suoi vicoli ortogonali, rivela l'antica città. Una scommessa per rispondere all'incuria, al degrado urbano e sociale, alla rassegnazione, per coinvolgere tutti quei soggetti che nella progettualità creativa individuano la modalità efficace di reagire alla lunga crisi economica.

Se design è cultura del progetto, l'invito a portare un contributo è stato esteso a chi offre accoglienza, ristoro e cibi curati, a chi confeziona con garbo scarpe, abiti e camice su misura, agli studi professionali, alle antiche botteghe, a teatri, scuole, all'Università che insiste proprio nell'area di sviluppo del distretto.

Lo spirito che anima il gruppo formale dell'associazione è spinto dalla voglia di una convivenza civile, e rivolto a quelle persone, come artigiani, professionisti e singoli cittadini che vogliano impegnarsi nel realizzare iniziative a tutela della bellezza dei luoghi antichi dove si vive e lavora.

Adottando anche micro-interventi urbani l'Associazione persegue lo scopo di attuare:

- la rigenerazione di un territorio degradato partendo dall'eredità culturale di un patrimonio edilizio riconosciuto a livello mondiale ed arricchito da quella compo-

nente umana e creativa, imprescindibile punto di partenza del design.

- La ricerca, la promozione, la diffusione e la valorizzazione del design e di tutte le forme di creatività nel senso più ampio del termine quale strumento per favorire un interscambio tra culture e forme d'arte differenti.
- Far emergere il ruolo positivo del design sui processi di rigenerazione urbana partendo dal centro storico.
- La promozione di azioni in modo da mettere a sistema le diverse realtà cittadine della creatività, della cultura ed dell'impresa.

Da questa iniziativa, nel 2018, nasce la prima Design week di Genova. Per quanto questo fenomeno di emulazione di quella molto più famosa di Milano stia avvenendo in diverse città, ognuna di esse porta in dote le peculiarità specifiche del contesto in cui avviene; infatti dopo un'edizione zero, che è servita da prototipo per modellizzare un format che potesse funzionare nel cosiddetto "quadrilatero" del centro storico, la successiva manifestazione ha riscosso un successo maggiore di quello che si era preventivato, indice di quanto i residenti della zona siano propensi e pronti a iniziative di questo genere. Parallelamente, anche il turismo in quella settimana ha avuto un picco notevole favorito appunto dalla buona comunicazione che è stata messa in atto. Per la prima edizione si è registrata una partecipazione di 10 migliaia di persone, numeri che per il contesto genovese e soprattutto in un ambito nuovo per la città, fa ben sperare sulla possibilità di instaurare le basi per lo sviluppo di una cultura del progetto locale. Slittata a Settembre del 2020, a causa dell'emergenza sanitaria, la prossima edizione sarà incentrata sul rapporto tra design e verde urbano, aprendo alla città gli atrii dei palazzi storici genovesi e dando nuova vita alle piazze e ai vicoli del percorso espositivo con installazioni di verde diffuso.



Il quadrilatero

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.3 Fieno Design District

<http://creativecitiesproject.comune.genova.it/en/index.shtml>

Attraverso alcuni studi condotti all'interno del progetto europeo Creative Cities, è emersa la presenza, all'interno della città, di un ricco universo di imprese creative, piccole e micro, che hanno dimostrato un potenziale di crescita ponendosi come strumento chiave per la rigenerazione di quartieri degradati, per questo motivo il Comune di Genova, nel 2017, ha bandito "MaddaOltre Creative District", progetto indirizzato ad associazioni, cooperative, piccole imprese, lavoratori autonomi e gruppi informali che operano nel campo dell'industria creativa per il finanziamento di progetti di insediamento di nuove attività, o di sviluppo di attività esistenti, in spazi inutilizzati pubblici o privati situati in aree specifiche.

Dopo la fase di selezione, i vincitori sono stati chiamati a partecipare alla costruzione di una modalità di comunicazione identitaria del distretto creativo, e hanno sviluppato una rete con il territorio di riferimento, coordinate con gli altri soggetti già esistenti, per la messa in rete e scambio di buone pratiche. I quattro progetto vincitori del bando sono:



Spazio Faber, questo spazio vuole diffondere la cultura e la produzione musicale, proponendo seminari e corsi di formazione su strumenti, generi e storia della musica. Sono messi a disposizione degli spazi attrezzati dove organizzare e assistere ai concerti. Inoltre il progetto mira a dare vita a nuove relazioni tra gli artisti e a creare opportunità di collaborazione con le case discografiche.



Li Amo, atelier di un gruppo di ragazze provenienti dal mondo della progettazione che promuovono il processo di realizzazione dei gioielli attraverso la lavorazione al banco orafa, posto in vetrina, e diventare centro di competenza ed eccellenza legato al design e all'artigianalità.



Lino's & Co – bottega di Genova, uno spazio di coworking e di laboratorio favorendo uno scambio di competenze professionali, promuovendo la contaminazione tra saperi e professionalità diverse come stimolo alla creazione e all'innovazione, verranno organizzati eventi, workshop e conferenze per stimolare la conoscenza e il networking.



MaddAlive è un creative hub, luogo aperto per eventi di intrattenimento, workshop e food experience di presidi Slow food.

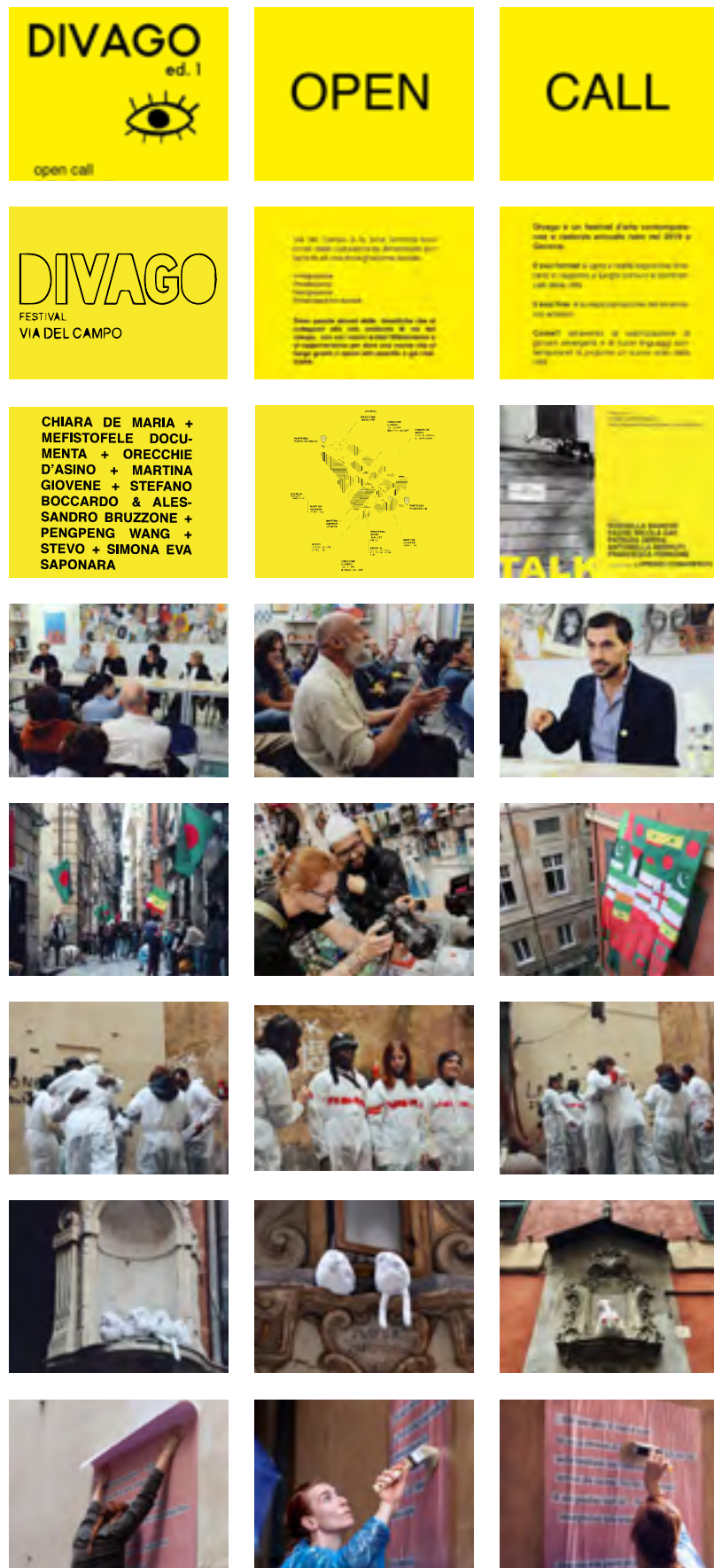
4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.4 Divago Festival

Divago è un festival di arte pubblica che ha l'obiettivo di creare un incontro tra i cittadini e le comunità di via del Campo, piazza del Campo, piazza don Andrea Gallo e San Marcellino, nell'ottica di un arricchimento sociale e culturale. Alla prima edizione, svoltasi dal 17 al 20 ottobre 2019, e organizzata da Mixta Gallery, nata dall'idea di Arianna Maestrale, fondatrice del progetto, e di Giulia Ottonello e Silvia Mazzella, cofondatrici, tre giovani donne provenienti dai campi dell'arte più diversi, hanno partecipato otto progetti di artisti singoli e collettivi under 35 provenienti da tutta Italia, selezionati tramite un'open call indetta in collaborazione con Pinksummer Contemporary Art, che hanno realizzato installazioni "site specific" nel quartiere. Le opere proposte entrano in relazione con il pubblico, e lo stimolano ad interrogarsi su alcune dinamiche di interazione sociale e culturale del mondo contemporaneo.

La manifestazione, fluida e diffusa, come è stata definita dalle stesse organizzatrici si sviluppa in uno spazio borderline della città e interessante perché è al limite del centro storico di Genova, in senso geografico e anche metaforico: la sua emarginazione dalla società cittadina è uno stimolo per riflettere sulle diverse identità della città.

All'ingresso della via (resa celebre dalle canzoni di Fabrizio De Andrè) sono state organizzate visite guidate continue, gratuite, per accompagnare gli avventori nelle vene più nascoste del quartiere e poter apprezzare il significato profondo, sociale, delle singole opere. Non si tratta solo di una mostra, ma di un'azione per riqualificare il quartiere attraverso la cultura e il dialogo con tutte le forze sociali del luogo, infatti per l'occasione sono state esposte le bandiere delle svariate nazionalità delle popolazioni che abitano il quartiere: Pakistan, Marocco, Senegal, Bangladesh, Italia e anche il vessillo genovese di San Giorgio.



CAP-

ITO-

LO

05

**Territorio : Contesto =
Comunità : Identità**

5.1.0 Attualità del tema

5.1.1 Più della tecnologia conta la reputazione

Viviamo in una società in costante accelerazione, riguardante tutte le sfere della vita sociale, economica, culturale e politica in un continuo sovrapporsi, per cui è molto difficile riuscire a tracciare le tendenze di medio periodo perché la maggior parte dei fenomeni della realtà cambiano senso, segno e significato nel giro di pochissimi anni.

Ciò che è importante fare è riuscire a trovare dei dispositivi che siano, da una parte di progettazione, dall'altra parte di costruzione di rapporto tra ricerca e pratiche di coesione sociale che siano in grado di affrontare questa complessità, questa velocità e anche questa necessità fondamentale d'indirizzo.

Uno dei main topic della dimensione urbana è quello che riguarda l'integrazione di nuove forme di organizzazione di politiche dal basso, di interlocuzione con nuovi stakeholder e di innovazione all'interno del policy making.

Esempio lapalissiano è ciò che sta succedendo a Detroit,¹ città che ha avuto un processo di deindustrializzazione incomparabile rispetto a tutto quello che è successo in Europa, con interi quartieri completamente abbandonati con tassi di criminalità, marginalità sociale, disoccupazione e problemi di housing enormi, però in città, e quindi localmente si sta sperimentando una serie di forme di resilienza per la costruzione di processi mutualistici che sono decisamente radicali, attraverso presidi attivi delle comunità residenti e creazioni di diversi *community hub*.

¹ Altena, B., & van der Linden, M. (Eds.). (2002). *De-industrialization: Social, cultural, and political aspects*. Cambridge University Press.

Con *Community Hub* si intende uno spazio fisico o virtuale organizzato per accogliere i processi di innovazione sociale e culturale, che esso contribuisce a formare. Per questo, con *Community Hub* ci si riferisce a uno spazio generativo, e non soltanto fruitivo, di processi di scambio e di ibridazione tra collettività che si riconoscono per interessi d'impresa, valori e intenti condivisi. (Definizione da Nube di Parole, CheFare).

Anche per Chris Anderson chiunque può essere un maker, ma la dimensione digitale e di comunità sono un punto fondamentale, che non tutti i creatori di artefatti condividono.

I fablab sono spazi dentro i quali i maker possono lavorare principalmente con tecnologie e processi di fabbricazione digitale, con una cultura della condivisione e della collaborazione, sia per progetti profit che no-profit. I fablab nascono per democratizzare la fabbricazione digitale.²

² Menichinelli, M., (2016). *FabLab e Maker. Laboratori, progettisti, comunità e imprese in Italia* Edizioni Quodlibet

5.1.0 Attualità del tema

5.1.2 Fab lab come hub per la democratizzazione

Il sito fabfoundation.org descrive in questo modo la rete dei Fab Lab:

The Fab Lab Network is an open, creative community of fabricators, artists, scientists, engineers, educators, students, amateurs, professionals, of all ages located in more than 78 countries in approximately 1,000 Fab Labs. From community-based labs to advanced research centers, Fab Labs share the goal of democratizing access to the tools for technical invention.³

Fab Foundation

³ www.fabfoundation.org

Questa visione può essere interpretata come una post-contemporanea declinazione di un leninismo del XXI secolo, che non contrasta né lo Stato né il Capitalismo, bensì si propone come alternativa ad esso, in cui i bisogni effettivi dell'individuo sono soddisfatti da obiettivi e finalità comuni e condivise.

Secondo Lenin, ad esempio in «base economica [...] è uno sviluppo così elevato del comunismo da implicare la scomparsa del contrasto tra lavoro intellettuale e fisico, la scomparsa quindi di una delle fonti principali dell'attuale ineguaglianza sociale, fonte che il solo passaggio dei mezzi di produzione in proprietà comune, la sola espropriazione dei capitalisti, non può assolutamente eliminare subito» (Lenin, 1917, p. 58).⁴ In questa citazione, di oltre un secolo fa, ci sono due nodi di estrema importanza: la scomparsa del contrasto tra lavoro intellettuale e fisico; il passaggio dei mezzi di produzione in proprietà comune. Concetti contestualmente diversi da quelli di inizio XIX, ma tutt'oggi validi e paralleli se focalizzati sul movimento Maker e sulla rete dei FabLab, che negli ultimi due decenni ha visto la sua nascita e proliferazione.

Il programma Fab Lab è nato nel 2001 a opera del professore statunitense Neil A. Gershenfeld, all'interno del Center for Bits and Atoms dell'MIT di Boston. Fin dall'i-

⁴ Lenin, V. (1965), *Stato e rivoluzione*, Editori Riuniti, Roma.

nizio, l'obiettivo del progetto è stato quello di insegnare alle future generazioni come progettare e produrre autonomamente artefatti tecnologici, favorendo la diffusione di esperienze bottom up e di prodotti progettati specificamente per la comunità e il territorio in cui verranno utilizzati, secondo logiche lontane da quelle dettate dal mercato globalizzato. Un Fab Lab è generalmente dotato di una serie di strumenti (tra cui principalmente macchine a controllo numerico, stampanti per la prototipazione rapida e utensili tra i più svariati) liberamente fruibili da chi visita il laboratorio. Dopo la nascita del progetto in MIT il programma si è capillarmente diffuso in tutto il mondo, iniziando da Vigyan Ashram, in India, secondo Fab Lab in assoluto, nato nel 2002.

Finora si sono descritti i Fab Lab in relazione tra loro all'interno della comunità mondiale della progettazione partecipata e della community open source. In questa accezione essi operano come ponti, riducendo al minimo le distanze geografiche tra persone e società con mentalità affini, ma vanno considerati soprattutto come nodi di cluster territoriali.⁵

Nel mondo, ogni comunità ha i propri valori sociali e culturali che esprimono l'identità di quel territorio: condividendo globalmente questi valori con altre comunità, la cultura locale si arricchisce e diventa una cultura 'glocale'.

Secondo Buckminster Fuller (1972),⁶ per insegnare a una comunità un nuovo modo di pensare non bisogna né imporlo né tantomeno insegnarlo, piuttosto porre le condizioni affinché la stessa comunità abbia gli strumenti per poterne costruire uno proprio.

Nell'attuale delicata situazione socio-politica mondiale, per sopperire alle mancanze causate da dinamiche globali sempre più complesse, è necessario portare alla luce una coscienza collettiva che trascenda i confini geografici e si puntualizzi sui reali e specifici bisogni di ogni territorio; per fare ciò è fondamentale creare le condizioni che rendano possibili tali obiettivi, accrescendo la partecipazione a meccanismi bottom up guidati da figure con competenze e attitudini che permettano la giusta strutturazione di sistemi connettivi.⁷

⁵ Menichelli, M. (2016), *La Dimensione Sociale Dei Fab Lab In Italia, Censimento Dei Laboratori Di Fabbricazione Digitale In Italia 2014, Make in Italy Foundation, Milano.*

⁶ Papanek, V., & Fuller, R. B. (1972). *Design for the real world* (p. 22). London: Thames and Hudson.

⁷ Manzini, E. (2015), *Design When Everybody Designs. An Introduction To Design For Social Innovation*, The Mit Press, Cambridge.

5.1.0 Attualità del tema

5.1.3 Pratiche di sharing design

Le strategie di sviluppo territoriale a scala locale fanno riferimento a strategie di sviluppo di terza generazione in cui il "visioning" è orientato alla costruzione di scenari di lungo periodo e per questo "visionari", che possono essere di appoggio a strategie di sviluppo rimodulabili nel tempo e capaci di creare consenso. Le dinamiche che si mettono in campo per raggiungere questi obiettivi hanno le seguenti caratteristiche: processi bottom-up, che nascono dai contesti locali e dall'ascolto della voce delle persone e dei futuri utenti (attraverso user-centered approach); processi negoziali, che includono la complessità dei soggetti sociali ed imprenditoriali coinvolti nel processo di sviluppo atti ad incrementare le forme di democrazia partecipativa; processi di valorizzazione delle risorse, che richiedono la cooperazione tra gli attori dello sviluppo locale.⁸

8 Castelli, C., Hamel, M. C., (2018). *Sharing design. La creatività nelle città dell'oggi*. MIMA Edizioni

L'approccio a rete – una volta definite le priorità, condiviso il programma "comune" e l'ecosistema degli attori coinvolti – converge sui progetti per realizzare gli investimenti e per sostenere il tessuto sociale ed economico insieme alle imprese. Il primo step, quindi, è riferibile alla definizione e configurazione di una rete di attori promotori delle istanze di sviluppo locali.

La rete si promuove uno sviluppo appropriato, incentrato sulle priorità e sulla trasformazione di queste in progetti e azioni realizzabili e finanziariamente sostenibili. In questo modo l'eterogeneità degli attori della rete focalizzerà l'attenzione sul territorio, elemento centrale, da dove far riparte il processo di verifica della coerenza dei progetti presentati rispetto alla strategia di sviluppo condivisa a valle. La verifica delle vocazioni e degli investimenti – rispetto ai progetti da realizzare programmati sul territorio – coordina l'attività degli attori della rete che focalizzandosi su: la validità degli investimenti previsti e il loro effetto sugli ostacoli allo sviluppo; la capacità di formulare offerte che raggiungano i beneficiari interni ed esterni dell'intervento; la coerenza tra la strategia d'intervento e la reale dinamica territoriale.

Con Sharing Design (o Co-design) definiamo un modo di progettare sempre più indirizzato a quelle buone pratiche collaborative consapevoli dei bisogni di tutti e attente all'utilizzo e al consumo di risorse sempre più scarse. Un design frutto di sapere collettivo interprete delle necessità delle città dell'oggi, un design, in definitiva, che contribuisce a migliorare la vita di tutti senza lasciare nessuno indietro.

Cesare Castelli

5.2.0 Le declinazioni della identità comunitaria

5.2.1 Il ruolo sociale del progettista

9 Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2014). *Nudge. La spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità.* Feltrinelli Editore.

Nel 2008 Thaler e Sunstein pubblicarono il libro "*Nudge. La spinta gentile*".⁹

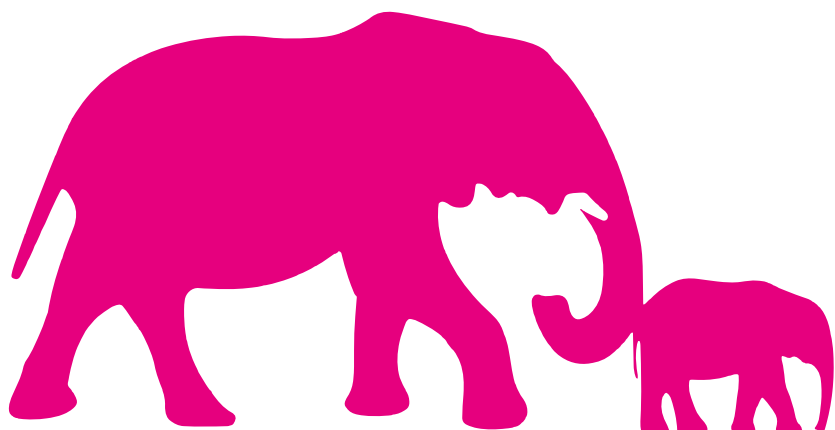
Il nudge è letteralmente un pungolo, un colpetto che orienta un comportamento senza porre divieti e senza limitare la libertà di scelta, sia all'interno della sfera personale di un individuo sia nella sua sfera sociale, e questi pungoli stanno alla base e fungono da connettori dell'intera architettura delle scelte.

Una spinta (nudge) è qualsiasi aspetto dell'architettura scelta che altera il comportamento delle persone in modo prevedibile senza vietare alcuna opzione o modificare in modo significativo i loro incentivi, in modo che l'utente sia indotto a pensare o fare qualcosa che potrebbe non fare istintivamente.

Tutto nasce dalla ricerca delle neuroscienze e delle scienze cognitive e comportamentali, che hanno evidenziato che il cervello umano decide sulla base di due sistemi:

1. Un sistema automatico, di cui non siamo consci, basato sull'istinto, sulle associazioni. Si tratta di un sistema rapido, che consuma poca energia.
2. Un sistema riflessivo, basato sulla razionalità, sul ragionamento deduttivo, sulle regole della logica. Si tratta di un sistema lento, che consuma molta energia per essere attuato.¹⁰

10 Kahneman, D. (2012). *Pensieri lenti e veloci.* Edizioni Mondadori.



Nel mondo economico la teoria dei nudge vuole essere una terza modalità alternativa alle due tradizionali dell'economia comportamentale: da una parte abbiamo un mondo ideale delle teorie neoclassiche nel quale le decisioni delle persone sono perfettamente razionali e per questo dovrebbero essere lasciate libere di decidere le loro sorti nel mercato, mentre nel secondo caso si ha interamente un atteggiamento paternalistico secondo il quale sarebbe lo stato, o comunque le strutture sovraordinate a occuparsi delle scelte delle persone.

La "terza via" è basata innanzitutto sugli studi della finanza comportamentale per cui il decision making non è affatto razionale e questa irrazionalità è anche sistematica, cioè prevedibile. Sulla base di queste considerazioni la tesi di Thaler e Sunstein sostiene che il compito dello Stato, ma anche di enti che hanno potere di mercato, non dovrebbe essere quello di creare delle coercizioni, quindi di imporre alle persone determinate scelte, ma di guidare e agevolare quelle scelte in modo che un determinato gruppo sia indotto, non a fare scelte migliori, ma piuttosto etiche.

Risulta determinante anche il contesto in cui le decisioni vengono prese, in quest'ottica il ruolo di un progettista per l'innovazione sociale deve essere quindi quello di intervenire concretamente sulla dimensione del reale per aiutare le persone a prendere delle decisioni migliori, seguendo la teoria correntemente denominata come 'paternalismo libertario', che mira a migliorare il benessere del singolo e quindi della collettività.

In questa prospettiva, dunque, tentare di influenzare le decisioni dei cittadini non è in alcun modo immorale: il paternalismo libertario va infatti a "spingere e pungolare" i cittadini di modo che essi possano avere una vita più lunga e più felice, benessere condiviso e diffuso attraverso le influenze reciproche.

Le influenze sociali sono uno dei modi più efficaci per esercitare un'azione di pungolamento, e i momenti in cui specifici utenti hanno bisogno di essere pungolati è quando affrontano decisioni difficili, insolite, quando non è disponibile un feedback immediato o quando hanno difficoltà a tradurre gli aspetti della situazione in termini per loro comprensibili.

Le influenze esercitate su queste utenze sono divise in due categorie:

- l'informazione, per cui se molte persone fanno o pensano la stessa cosa, le loro azioni e i loro pensieri trasmettono informazioni propagandosi per mimesi.
- La seconda categoria è quella delle pressioni del proprio gruppo di pari. In questo caso è la reputazione il fattore attivante, in relazione alla percezione del sè rispetto alle indicazioni della massa. La ragione per cui gli umani sono facilmente pungolabili è perché la natura stessa dell'uomo si denota su tratti conformistici.

In definitiva, gli architetti delle scelte, accostabili a progettisti per l'innovazione sociale, possono sfruttare la dinamica del conformismo sociale per orientare gli individui in direzioni migliori, ma nonostante ciò esiste una controversia sull'etica dei nudge, per cui in alcuni casi vengono progettati esclusivamente per il profitto privato dirottando la decisione dell'utente e in antitesi con la vera essenza dei nudge.

Esempi tratti da Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2014). *Nudge. La spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità.* Feltrinelli Editore.

NUDGE

1

Allineare gli incentivi con i comportamenti desiderati.

2

Fornire un feedback chiaro, visibile e immediato per rafforzare le azioni desiderate.

3

Semplificare e strutturare le scelte quando i parametri decisionali sono complessi.

4

Rendere chiaramente visibili i processi e gli obiettivi

Esempi di nudging



Nei primi anni '90 all'aeroporto di Schiphol ad Amsterdam, vi era il problema della pulizia dei pavimenti dei bagni maschili. Allora è stata proposta l'idea di incidere un'immagine di una mosca in ciascun orinatoio appena sopra lo scarico. Il risultato è stata una riduzione dell'80% della "fuoriuscita". Inoltre Sphinx, il produttore degli orinatoi, ha riferito che la mosca riduce la pulizia del 20% in media. Attraverso questo esperimento si è scoperto che quando gli uomini vedono un bersaglio, vogliono colpirlo.



Il distributore di salviette di carta di Saatchi e Saatchi vuole promuovere un messaggio di sensibilizzazione ambientale. Man mano che vengono distribuiti asciugamani di carta e di colore verde l'utente vede il continente del Sud America svuotato del suo verde.



Attraverso un approccio di gamification, in questo caso il pungolo proviene dalla passione che accomuna i tifosi di calcio e i fumatori, spingendoli a partecipare ad un sondaggio in modo attivo, raccogliendo i mozziconi di sigarette evitando di disperderli nell'ambiente.

5.2.0 Le declinazioni dell'identità comunitaria

5.2.2 Resilienza e integrazione sociale

La resilienza, per quanto possa essere ormai un termine inflazionato e abusato, non perde il valore intrinseco del suo significato, ed è un fenomeno che avviene in una sfera comunitaria-sociale sia nel processo progettuale che guida le comunità stesse.¹¹

La resilienza è l'attitudine di un sistema di adattarsi al cambiamento. In ingegneria, viene definita come la capacità di un materiale di assorbire energia di deformazione elastica, invece nelle scienze sociali non indica solo la capacità di far fronte a degli eventi traumatici, recuperando le fila della propria esistenza riprogettandosi in senso positivo e sviluppando abilità di coping,¹² ma anche di individuare e usare nuove risorse; è un processo di apprendimento, che si attiva mentre si sta risolvendo un problema, è quindi un fenomeno dinamico, generativo e in divenire, non solo sul piano individuale, ma anche su quello comunitario.

Per questo motivo soggetti appartenenti a categorie eterogenee dal mondo del volontariato fino a quelle della società civile informale, promuovono l'attuazione del principio di sussidiarietà orizzontale, sancito dalla nostra Costituzione all'art. 118, ultimo comma.

Stato, Regioni, Città metropolitane, Province e Comuni favoriscono l'autonoma iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà.

Art. 118, comma 4, Costituzione italiana

Un impegno teso a interpretare il principio di sussidiarietà orizzontale come relazione di condivisione: tra le persone, tra le comunità e tra le istituzioni. Lo spazio urbano sotto questa prospettiva diventa un la-

11 Fassi, D. & Sedini, C. (2017). Design actions with resilient local communities: Goals, drivers and tools. *Strategic Design Research Journal*. 10. 36-46. 10.4013/sdrj.2017.101.05.

12 Ripamonti, C. A., Clerici, C. A., & Otero, S. (2005). I meccanismi di coping in età evolutiva. *Ricerche di psicologia*.

boratorio per la sussidiarietà sociale mirata all'azione culturale. Questa attitudine sostiene che le persone siano portatrici, non solo di bisogni, ma anche di capacità e risorse,¹³ per cui diventa possibile metterle a disposizione della comunità per contribuire a dare soluzioni, insieme con le amministrazioni pubbliche, ai problemi di interesse generale.

I patti di collaborazione sono gli strumenti per tradurre questo principio di collaborazione tra cittadini e amministrazione, in pratica quotidiana che vede impegnate persone, gruppi informali, enti del terzo settore, istituzioni, nel superamento del modello bipolare e gerarchico verso un modello pluralista e paritario dove non si realizza la contrapposizione pubblico-privato, ma viene esercitata la fiducia e la corresponsabilità.

Il bene comune non fa riferimento a qualcosa da difendere e conservare. Il comune, lungi dall'esistere in Natura, va dunque creato: è la posta in palio di un processo costituente in continuo divenire. La natura umana spinge nella direzione opposta rispetto all'organizzazione orizzontale, è per questo motivo che la democrazia, nell'accezione depoliticizzata, è un esercizio continuo, impossibile da delegare.

Il rapporto tra lavoro cognitivo e processi di cattura, tra autoformazione e governance, si configura innanzitutto come un conflitto sullo spazio e sul tempo. Ritmi veloci, incessanti, monetizzati. Luoghi monotoni, spersonalizzati, standardizzati.

Sono queste le vere catene del nostro secolo. Ma siamo sicuri di vivere bene? Perché non riusciamo a trovare tempo di qualità, per esempio per dedicarsi alla trasformazione dei propri spazi? Vi è una reale esigenza di fermarci, ogni tanto, a cercare contatto vero con persone, oggetti, contesti? Il conflitto sul tempo è la vera scommessa della nostra generazione, costretta a rincorrere un'età in cui non potrà più permettersi questi ritmi estenuanti.

L'esigenza di luoghi, fisici e non, sottratti al ritmo frenetico viene da sé, in un rapporto di complementarità.

13 Fassi, D., & Sedini, C. (2018). Design solutions for resilience. In *Resilience and Regional Dynamics* (pp. 131-149). Springer, Cham.

5.2.0 Le declinazioni dell'identità comunitaria

5.2.3 Progettazione, produzione e fruizione distribuita

14 Glänzel, G., Krlev, G., Schmitz, B., & Mildemberger, G. (2013). *Report on the feasibility and opportunities of using various instruments for capitalising social innovators-deliverable 4.3 of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe"* (TEPSIE). European Commission-7th Framework Programme.

Nel rapporto 2013 "Defining Social Innovation" di TEPSIE (Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Social Innovation in Europe)¹⁴ si sottolinea l'importanza del potere di contagio ed emulazione, come strategia per lo sviluppo e diffusione di un'idea, e che per puntare alla crescita "verticale" di un'organizzazione sia necessario il coinvolgimento e attivazione di altri soggetti e attività su più livelli.

In antitesi alla visione di John Thackara, per cui la scalabilità è figlia della globalizzazione e perciò ogni contesto sociale ed ecologico è unico e le risposte che cerchiamo sono contenute in un'infinità di bisogni locali.

L'assoluta varietà di progetti e iniziative contenuta lì dentro, è per me, la storia principale. Nessuno di quei progetti rappresenta da solo il seme magico dal quale crescerà la sacra quercia. Dobbiamo pensare più come una foresta che come un albero singolo! Se osservi le foreste che sono ancora in salute ti accorgerai che sono estremamente diverse, allo stesso modo stiamo osservando un sano alto grado di diversità nei progetti di social innovation in giro per il mondo.¹⁵

John Thackara

15 Intervista durante "Meet the media guru" su "Progettare oggi il mondo di domani, (2018) Milano, Postmedia Books.

L'autore di "Progettare oggi il mondo di domani" rimette al centro la potenza della creatività dal basso e dell'organizzazione collettiva orientata alla sperimentazione di pratiche di vita rural-urbana, dalla quale emergono nuove opportunità per innovare come ad esempio l'urban farming, che va oltre la declinazione tecnologica della pratica, ma si focalizza sui nuovi modi di condividere e non sprecare le risorse a disposizione e collaborare per un obiettivo comune.

Questo modello di economia basata sui beni comuni e orientata alla cura degli uomini genera forme di ricchezza di cui si fa carico la comunità, una generazione

dopo l'altra, in una prospettiva di lungimiranza. Quest'idea incarna un impegno a lasciare le cose "un po' meglio di come le abbiamo trovate" invece che estrarre valore da esse il più velocemente possibile.

Nell'ambito del food nascono nuovi tipi di impresa come cooperative urbane di produzione di cibo, cucine collettive, spazi per il consumo comunitario di cibo, orti e giardini commestibili, nuove piattaforme di distribuzione, diversi modelli di condivisione delle risorse, ma questo sistema di pratiche e connessioni sono applicabili a qualsiasi settore in scala urbana, ed è qui che il designer deve andare ad intervenire e intercettare i bisogni nati da queste pratiche, per andare ad ottimizzare il risultato.

I progetti urbani più importanti sono quelli in grado di mettere la vitalità della società e dell'ambiente in cima all'agenda popolare, piuttosto che politica. In termini progettuali questo si traduce nel supporto alla creatività sociale e ai luoghi dove questa può fiorire: maker space, progetti e officine di riciclo, forni collettivi, distillerie artigianali, orti urbani, cucine comunitarie aperte al pubblico, ect. Ogni città ha bisogno di spazi come questi e altri luoghi basati sui commons.

Il ruolo del progettista urbano è promuovere e sostenere la curiosità e apertura mentale collettiva, veicolandole attraverso una struttura progettuale sistemica e sistematica. Quando si tratta di progettare nuovi luoghi e nuove forme di sistemi urbani informali, la risorsa più importante della città è costituita dall'energia e dalle motivazioni dei suoi abitanti. Le città, quindi, devono focalizzarsi su piattaforme cooperative,¹⁶ digitali e non, in cui il valore è redistribuito in parti eguali tra le persone e le comunità che contribuiscono a produrre quel valore, beni intesi quali case, trasporti, cibo, mobilità, acqua, cura degli anziani e altre tipologie di mutuo soccorso.

Il cambiamento e l'innovazione non hanno più a che fare con visioni finemente costruite e la promessa di una realtà migliore descritta in un manuale di design per qualche luogo o tempo futuro. Il cambiamento accade quando le persone si riconnettono tra loro e con la biosfera, in contesti reali e umanamente ricchi e altamente diversi.

16 www.distributeddesign.eu

5.2.0 Le declinazioni dell'identità comunitaria

5.2.4 DDesign for Social Innovation and Sustainability network

Al fine di realizzare una forma di design sociale, è necessario ripensare le forme tradizionali di design. È particolarmente importante per Ezio Manzini che i progettisti sviluppino una chiara posizione riguardo alle sfide globali e rafforzino i concetti collaborativi. Seguendo il principio guida "Design for Social Innovation and Sustainability", l'ambizione della rete DESIS è quella di promuovere le scuole di design come agenti di cambiamento.¹⁷

17 www.desisnetwork.org

Collaborando con le scuole di design di tutto il mondo, gli studenti lavorano su diversi progetti nei laboratori DESIS per sviluppare idee sull'innovazione sociale, sulle città partecipative insieme alle comunità creative. I DESIS Lab fungono da laboratori di vita reale in cui i progettisti ricercano argomenti che la società di domani dovrà affrontare.

Ad esempio, il progetto sulla Plaça dels Àngels a Barcellona, sviluppata nel laboratorio DESIS ELISAVA mostra un tentativo di creare uno spazio pubblico inclusivo. Il progetto affronta la complessità dell'ambiente urbano e delle sue diverse dimensioni, interpretando lo spazio pubblico come un'arena che favorisce la mediazione e abbraccia le diversità.

Seguendo un approccio multidisciplinare, il DESIS Lab della Carnegie Mellon University negli Stati Uniti aiuta a migliorare l'accesso all'assistenza sanitaria e al cibo per molte persone a Pittsburgh.

ReTuren in Svezia, promosso dal Malmö DESIS Lab, è un centro di riciclaggio e upcycling che funge contemporaneamente da piattaforma per la cooperazione a lungo termine, la proprietà condivisa e stimola la corresponsabilizzazione della cittadinanza attiva.

Lo Tsinghua DESIS Lab in Cina ha avviato un progetto chiamato Lettuce House, che attraverso la cooperazione mira a organizzare nuove forme di attività economiche attraverso l'agricoltura idroponica urbana e pratiche di sharing.



A la Plaça, Modes of Public Space, Appropriation in Barcelona, DESIS ELISAVA



Latham St. Commons, DESIS Lab della Carnegie Mellon University



ReTuren. An upcycling center, Malmö DESIS Lab



Lettuce House. Sustainable Lifestyle Lab Tsinghua DESIS Lab

5.3.0 Caso studio: Scuola dei quartieri

5.3.1 Fare innovazione sociale significa partire dall'esistente

È possibile che l'esistenza di uno spazio digitale popolato di vicini aiuti a rigenerare lo spazio pubblico e i beni comuni. È possibile che ciò avvenga perché si sono coltivate delle relazioni nello spazio digitale che si riferiscono a un gruppo localizzato di interlocutori.

[] Significa scommettere sul fatto che la stessa energia che oggi spinge ad andare online possa portare alla costruzione di un reticolo di interazioni digitali possa stimolare e supportare le reti di vicinato.¹⁸

Ezio Manzini

18 Manzini, E., (2020), Nuova natura: ci stiamo chiudendo in casa per aprirci al mondo articolo CheFare, 26 marzo 2020, <https://www.che-fare.com/manzini-comunita-ibride-covid-19/>

19 www.ponmetro.it/home/ecosistema/viaggio-nei-cantieri-pon-metro/pon-metro-milano/

Milano, come ampiamente descritto in precedenza, è la metropoli per eccellenza in Italia e di conseguenza, utilizzarla come termine di paragone rispetto al focus della ricerca sarebbe poco funzionale a dispetto della grande tradizione nel terzo settore della città, piuttosto la metodologia applicata è stata quella del benchmarking, per carpire e apprendere le best practices attuate nel contesto meneghino.

Esistono diversi sistemi di interventi¹⁹ dedicati alla cura della città che rendono organiche le linee direttive del Comune di Milano sull'area tematica dei quartieri, in cui sono state definite tre grandi azioni per la valorizzazione del territorio:

- **Milano City School, Knowledge for Urban Regeneration**, una piattaforma di condivisione di conoscenze sui temi della rigenerazione urbana, attraverso una collaborazione strutturata delle Università della città di Milano, che possa arricchire le politiche di rigenerazione urbana e i modelli di intervento sui quartieri, in termini di azioni concrete. Tramite il coinvolgimento di discipline accademiche diverse - in ambito economico, culturale, sociale, tecnico e così via - si valorizza anche la terza missione delle università, integrandolo in termini di offerta di formazione, ricerca e civic engagement nei confronti della città.

Piano Quartieri,

Un piano di interventi dell'Assessorato di politiche per lo sviluppo del Comune di Milano per rendere la città aperta, partecipata e plurale, che attraverso bandi semestrali promuove azioni di sviluppo del Piano Quartieri, rispondendo all'esigenza di prestare attenzione alla qualità della vita di chi abita la città e, insieme, di stimolare le attività e la progettualità che nascono "dal basso". Dal 2016, sono già 27 i progetti di natura sociale, sportiva, ludico-ricreativa, ambientale e culturale, che si sono aggiudicate i contributi del Comune di Milano, coordinati dai 9 municipi in cui vengono realizzati.

PON Metro Milano

Il piano operativo nazionale delle 14 città metropolitane italiane che si rifa all'Agenda Urbana 2030 della Commissione Europea, secondo quattro assi prioritari nell'ambito del driver "Smart city per il ridisegno e la modernizzazione dei servizi urbani" e nell'ambito del driver "Innovazione sociale per l'inclusione dei segmenti di popolazione più fragile e per aree e quartieri disagiati":

1. Agenda digitale metropolitana
2. Sostenibilità dei servizi pubblici e della mobilità urbana
3. Servizi per l'inclusione sociale
4. Infrastrutture per l'inclusione sociale

Proprio nel PON si inserisce in una strategia più ampia sull'innovazione economica e sociale messa a punto dall'Assessorato al Lavoro e Attività produttive attraverso il confronto con una rete di città europee, tra cui Parigi, Torino, Danzica e Barcellona, per contrastare le dinamiche di polarizzazione e crescente disuguaglianza tipiche delle metropoli a capitalismo avanzato.

La Scuola dei Quartieri è un progetto far nascere progetti e servizi, ideati e realizzati dai cittadini, utili a migliorare la vita dei quartieri e cambiare le periferie della città, valorizzando l'energia, la creatività e l'intraprendenza degli abitanti che coinvolge associazioni, cooperative, comitati, spazi sociali, esercizi commerciali, botteghe artigiane, mercati comunali e locali pubblici che sono diventati dei punti di riferimento per la propria comunità.



Logo di Scuola di Quartieri

5.3.0 Caso studio: Scuola dei quartieri

5.3.2 City-makers

La Scuola dei Quartieri è il punto di partenza di una nuova iniziativa dell'Assessorato al Lavoro e Attività produttive del Comune per contribuire alla trasformazione delle periferie partendo dai desideri, dai bisogni e dall'energia dei cittadini che le abitano.

Il progetto è partito nei primi mesi del 2019 ed è stato lanciato ufficialmente l'ultimo weekend di marzo con la manifestazione "Festa delle Idee" a Cascina Casottello, in cui i diversi attori dell'iniziativa si sono conosciuti e hanno raccontato il programma del progetto, iniziando a lavorare su tavoli tematici.

SdQ è pubblica, gratuita e aperta a tutti in cui non vi è nessun limite di età o titolo di studio, che non si limita ad un luogo fisico è una gamma di attività diffuse, per la creazione di un community hub capace di far trovare a questi differenti attori strumenti e spazi comuni di confronto e di analisi, al fine di costruire una serie di comunità integrate che possano generare collaborazioni e dinamiche secondo un modello di sviluppo rizomatico.

Con Community Hub²⁰ si intende uno spazio fisico o virtuale organizzato per accogliere i processi di innovazione sociale e culturale, che esso contribuisce a formare. Per questo, con Community Hub ci si riferisce a uno spazio generativo, e non soltanto fruitivo, di processi di scambio e di ibridazione tra collettività che si riconoscono per interessi d'impresa, valori e intenti condivisi. Un Community Hub presenta di norma una governance partecipata, legata alle modalità di gestione dello spazio fisico e dei processi connessi alla sostenibilità del progetto. La sua gestione non è orientata al solo consolidamento della comunità, ma anche e innanzitutto all'attrazione e alla connessione di nuovi attori sociali, al fine di costruire uno spazio cittadino ad accesso libero e gratuito (ma non privo di regole), in cui si combinano lavoro volontario a sostegno pubbli-

20 Ass. CheFare. (2019). *Nubi di parole. Voci del lavoro culturale contemporaneo*. Milano: CheFare Edizioni.

In questi tempi incerti, qualunque cosa ci aspetti nel futuro, siamo convinti che saper progettare – cioè imparare a far accadere le cose – sarà importante come leggere, scrivere e far di conto.²¹

Annibale D'Elia



co e privato e impresa, in una realtà in grado di divenire riferimento identitario di gruppi di interesse nuovi e diversi.

Attraverso processi di partecipazione aperti, che nascono in una dimensione comune, si definisce un luogo analogico-digitale di attrazione, connessione, traduzione e aggregazione di persone, risorse e competenze, creando valore comunitario nel territorio, abilitando le persone che vogliono imparare a progettare e trasformare un'idea in un'impresa, un progetto, una rete di mutuo aiuto, un servizio, uno spazio sociale.

Infatti, il principale valore aggiunto della SdQ è la creazione di una comunità di sostenitori, che contribuiscono a proprio modo: mettendo a disposizione uno spazio fisico dove svolgere un incontro, condividendo la propria conoscenza del contesto o offrendo un aiuto concreto a chi vuole cominciare.

Come spesso accade però le buone idee da sole non bastano, infatti grazie al gruppo di coordinamento dell'iniziativa saranno organizzati incontri e laboratori aperti a tutta la cittadinanza delle diverse realtà del territorio in un percorso itinerante che andrà a toccare tutte le zone municipali milanesi, in cui interverranno attori di primo piano del mondo della ricerca, dell'economia sociale e del microcredito e da alcune delle più autorevoli organizzazioni che si occupano di innovazione sociale in Italia.

La sfida del city making²² è abbassare la soglia di accesso ad iniziative di questo genere: aprire spazi, creare opportunità e offrire occasioni di protagonismo a quante più persone possibile. Si tratta di far nascere e sostenere un'ampia schiera di mediatori sociali, capaci di fare la città e di tenere insieme le comunità dove il city maker ha un ruolo chiave nel sintonizzare il contemporaneo con il futuro per portare nuova linfa ed energia nel mondo dell'economia sociale, in una logica di innovazione aperta.

21 D'Elia, A., cofounder di *Innovare per Includere* e collaboratore del Settore Economia Urbana del Comune di Milano sui temi dell'innovazione sociale, della rigenerazione delle periferie e della manifattura digitale e creativa.

22 Landry, C., & Rainò, M. (2009). *City making: L'arte di fare la città*. Codice.

5.3.0 Caso studio: Scuola dei quartieri

5.3.3 Toolbox

Mentre il terzo settore è in un momento di continue trasformazioni in cui gli investimenti – dai fondi a impatto sociale, ai percorsi di alta formazione, ai concorsi per startup – sono provenienti da diversi enti con una continuità non definibile nè quantificabile a scal globale, è necessario che questo sistema di opportunità risulti inaccessibile e che la forbice si allarghi in modo da commissionando chi propone soluzioni, a chi esprime bisogni.

L'impresa sociale, nel senso più ampio del termine (impresa: ciò che si impegna a fare o che si ha in animo di fare // sociale: che vive in società)²³ deve offrire una risposta plurima all'innovazione sociale, che rifletta la complessità e la ricchezza delle pratiche, senza appiattirle su modelli consolidati e ricondurle a logiche tradizionali. Se l'innovazione nasce dalla domanda di nuovi bisogni e servizi, l'impresa sociale deve offrire nuovi modelli per fare impresa coerenti con la natura atipica del prodotto e del processo a cui danno forma. L'impresa sociale,²⁴ in senso teorico, è dunque definita come:

- strumento funzionale al processo di innovazione che si manifesta in forma di offerta alla collettività di un nuovo bene, servizio, modello di produzione e consumo.
- presidio di beni relazionali e alcuni servizi essenziali per la collettività, unico modello di impresa che può garantire l'universalità dei servizi
- innovazione sociale dei modelli di gestione, produzione e consumo (crowdsourcing, prosumers, co-produzione) che garantiscono un forte allineamento degli interessi tra diversi stakeholders dell'impresa.

Per questo motivo SdQ si basa sull'accesso ad una serie di strumenti e iniziative per trasmettere conoscenze e competenze per l'impre-

23 www.treccani.it/impresa
www.treccani.it/sociale

24 Rapporto Iris Network
"Impresa sociale in Italia"
(2012). AltraEconomia Edizioni

ditorialità, la progettazione sociale e il design dell'innovazione ad un numero di persone il più ampio possibile: dalla scoperta delle nuove opportunità di formazione e lavoro per i residenti a come sviluppare un'idea utile e sostenibile per migliorare i servizi e la qualità della vita nella zona, sino a come ottenere un sostegno economico per chi vuole fare impresa nel quartiere.²⁵ Queste pratiche di innovazione sociale non solo rispondono in modo innovativo ad alcuni bisogni, ma propongono anche nuove modalità di decisione e di azione. In particolare propongono di affrontare complessi problemi di natura orizzontale attraverso meccanismi di intervento di tipo reticolare, adottando l'intera gamma degli strumenti a disposizione; utilizzano forme di coordinamento e collaborazione piuttosto che forme verticali di controllo. Richiedono inoltre l'utilizzo di strumenti e processi di supporto al design thinking, inteso come capacità di formulare implementare soluzioni.

Questo aumenta le capacità di azione della collettività che si mobilita, crea nuovi ruoli e relazioni tra gli attori coinvolti, coinvolge nella produzione di risorse e capitale umano sotto utilizzato. Si parte da ciò che c'è e da quel che il quartiere può insegnare. Si costruisce, insieme, quel che potrebbe essere. Queste persone sono veri e propri "produttori di servizi" perché organizzano attività di servizio che spesso lo sono a metà strada tra dilettanti e professionisti, profit e no profit, basato su condivisione, permuta e affittare beni, servizi, competenze e know-how.

In effetti, possiamo persino affermare che sono "service-thinker e service-maker"²⁶ a causa del loro contributo può attraversare tutte le fasi del servizio, dalla generazione di idee alla realizzazione effettiva. Il processo che porta alla produzione di un certo output (prodotto, servizio, modello di comportamento, etc..) è dunque fondamentale nel conseguimento di quello che definiamo il risultato sociale. Il potenziale impatto di una pratica innovativa sul contesto sociale è tanto più elevato quanto più inclusivo è il processo di coinvolgimento della comunità, secondo modelli in continua evoluzione. Questa mobilitazione di risorse umane porta ad un attivismo diffuso in grado di moltiplicare energie e iniziative al servizio del miglioramento sociale.

25 Social Innovation Agenda Italiana-<http://hubmiur.pubblica.istruzione.it/web/ministero/cs210313>

26 Selloni, D. (2013). SERVICE MAKERS City dwellers and designers creating a Local Distribution System. In 10th European Academy of Design Conference-Crafting the Future (pp. 1-9).

5.3.0 Caso studio: Scuola dei quartieri

5.3.4 Output e outcome

L'imprenditorialità sociale può essere intesa come formula imprenditoriale innovativa che si concretizza secondo tre i concetti di base che permettono di delinearne i confini: l'innovazione, l'imprenditorialità, il cambiamento sociale. L'approccio imprenditoriale nel considerare i problemi del sociale lascia emergere nuove opportunità in grado di generare valore economico, ridimensionando al contempo criticità di carattere sociale. L'obiettivo principale dell'imprenditorialità sociale, infatti, resta la massimizzazione dell'outcome sociale, generando cambiamenti sociali e apportando benefici alla comunità; contemporaneamente l'imprenditorialità sociale tramite il suo agire arricchisce di aspetti innovativi gli ambiti che storicamente fanno parte della sfera sociale – socio-assistenzialismo, sanità, ecc. – e allarga il suo raggio d'azione anche a contesti "nuovi", quali ad esempio inclusione sociale, creazione di nuova occupazione e rilancio delle economie locali.²⁷

27 Rago, S., Ruggero Villani, R., (2011), *Glossario dell'economia sociale*, AICCON Ricerca, - <https://www.aiccon.it/pubblicazione/glossario-delleconomia-sociale>



Programma del primo bando

Su questa base il Comune ha bandito una call per la zona di Corvetto che ha permesso di dar vita a 20 nuove realtà tra cui:

Four Clay

Un'idea promossa da quattro artigiane provenienti da nazione diverse: Italia, Ecuador, Argentina e Bulgaria, che sta a simboleggiare anche la natura multietnica del quartiere di Corvetto, nell'immaginario collettivo visto come una sorta di ghetto. Four Clay sarà una scuola di ceramica, un laboratorio, una galleria, una portineria con la volontà di far rete. In cui gli abitanti del quartiere, e di tutta la città, possano incontrarsi, creare e condividere sapere ed esperienze. L'ambizione di questo gruppo di artigiani è che Corvetto diventi agli occhi della città un distretto di artisti.

Officina della Produzione

Sarà un laboratorio audio-video per raccontare un quartiere che produrrà una serie di produzioni audio-video all'interno del quartiere Giambellino-Lorenteggio volte a raccontare e documentare le diverse realtà che lo caratterizzano, abbracciando più punti di vista diversi possibili, con particolare attenzione ai giovani.

ConservaMi

Sarà uno spazio open source con attrezzature utili al fai da te e persone capaci di affiancare chiunque voglia imparare la pratica del recycle e upcycle, dove qualsiasi oggetto può avere più vite. I volontari trasmetteranno tutto il loro know how e, in questo modo, riparando oggetti, risparmiando soldi, ci si arricchisce umanamente attraverso la condivisione.

Botteghe aperte

Sarà una scuola dei mestieri di comunità per contrastare il tasso di disoccupazione dei giovani e la crisi dell'artigianato, portando i NEET "a bottega" e riavvicinandoli alle antiche professioni, dando loro una prospettiva lavorativa concreta e nuova vitalità a questo settore. L'idea di Botteghe aperte è di insegnare un mestiere attraverso percorsi costruiti insieme a una rete di artigiani: tornare alla tradizione per guardare al futuro.

Per il 2020 è stato rilanciato un piano da oltre 2 milioni di euro rivolto agli abitanti, includendo la zona Lorenteggio, per contribuire in maniera attiva al rilancio sociale ed economico del quartiere, favorendo la nascita di nuove idee d'impresa utili a migliorare la qualità delle vita e dei servizi presenti in zona. Nello specifico 600mila euro destinati all'attuazione di politiche attive per il lavoro: dai momenti di orientamento professionale alla formazione e accompagnamento per la ricerca del lavoro e altri 400mila euro sono destinati al sostegno economico dei soggetti, di età superiore ai 18 anni e residenti tra le vie Lorenteggio, Inganni, Giambellino e Odazio, che decideranno di partecipare al ciclo di attività di orientamento ed erogati sotto forma di indennità. Un'ulteriore possibilità di crescita e sviluppo del quartiere è rappresentata da 1,2 milioni di finanziamenti del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) 2014-2020 per la creazione di imprese sia profit che non profit.

5.4.0 Caso studio: Conscious cities

5.4.1 Strade sensibili per città consapevoli

28 Benedictus, L. (2014). *Sick cities: Why urban living can be bad for your mental health*. *The Guardian*, 25, 14.

29 Jokela, M., Bleidorn, W., Lamb, M. E., Gosling, S. D., & Rentfrow, P. J. (2015). *Geographically varying associations between personality and life satisfaction in the London metropolitan area*. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(3), 725-730. <https://doi.org/10.1073/pnas.1415800112>

30 Jaffe, E. (2014). *7 Charts That Show How Good Mass Transit Can Make a City More Affordable*. *The Atlantic/CityLab*.

La ricerca in scienze comportamentali²⁸ è sempre più concentrata sugli effetti indesiderati alle percezioni degli utenti in un contesto cittadino, e ha delineato una vasta gamma di disturbi psicologici collegata alle condizioni degli spazi urbani.

Nel 2015 uno studio²⁹ della BBC ha analizzato i dati di 59.000 cittadini londinesi sottoposti a test della personalità, e messo in evidenza una distribuzione nello spazio di gruppi di persone con simili tratti caratteristici. Le conclusioni dimostrano che in alcuni quartieri di Londra i residenti tendono ad essere più estroversi, aperti all'esperienza e emotivamente stabili che in altri quartieri.

Indipendentemente dalla causalità, l'apparente raggruppamento di tratti comuni all'interno di stessi quartieri suggerisce che anche in spazi pubblici condivisi possiamo identificare bisogni dominanti e obiettivi ai quali la città può rispondere.

Una conscious city³⁰ dovrebbe combinare dati all'avanguardia, tecnologie e tecniche di pianificazione per individuare modelli di comportamento costanti - come il flusso di persone che va a lavoro - e reagire in tempo reale in situazioni quali concerti di strada, eventi sportivi, etc. adattando in modo tempestivo e temporaneo il paesaggio urbano.

Il diritto alla città è molto di più della libertà individuale di accedere alle risorse urbane: è il diritto di cambiare noi stessi cambiando la città... Uno dei diritti umani più preziosi, e anche uno dei più trascurati.³¹

Henri Lefebvre

31 Lefebvre, H., & Bairati, C. (1970). *Il diritto alla città*. Marsilio editori.

Con il termine conscious city si intende una città consapevole delle motivazioni, personalità e stati d'animo dei suoi abitanti e responsiva a tali necessità in maniera propedeutica a rendere le condizioni favorevoli e abilitata dalla tecnologia.



L'argomento di come possano le città possano diventare coscienti, e stimolare l'attenzione degli abitanti è di grande attualità, infatti nel 2015 è nato il movimento Conscious Cities: un campo di ricerca e progettazione che studia ambienti urbani che possono rendere reattive le persone utilizzando l'analisi dei dati, l'intelligenza artificiale, la tecnologia e le scienze cognitive applicate alla progettazione.

Il manifesto del movimento³² è stato scritto dall'architetto britannico Itai Palti e dal neuroscienziato prof. Moshe Bar, è stato pubblicato in un articolo del quotidiano inglese *The Guardian*. Stando a quanto afferma Palti, la rivoluzione della smart city ha portato con sé molti vantaggi ma ha messo al centro della progettazione delle nostre città le prestazioni, privilegiandole rispetto all'esperienza.

Secondo Itai Palti e Moshe Bar, grazie ad opportuni studi psicologici, si può avere un'idea più chiara degli ambienti urbani che le persone apprezzano o trovano stimolanti. Alcuni di questi studi sono stati già eseguiti per tentare di misurare le risposte fisiologiche dei soggetti. A tale scopo sono stati utilizzati dispositivi indossabili come i braccialetti che monitorano la conduttanza cutanea (un marker di eccitazione fisiologica), app per smartphone che chiedono ai soggetti il loro stato emotivo e cuffie elettroencefalografiche (EEG) che misurano l'attività cerebrale relativa agli stati mentali e all'umore.



Cuffie elettroencefalografiche (EEG) che misurano l'attività cerebrale relativa agli stati mentali e all'umore. *The Washington Post* - Getty Images

5.4.0 Caso studio: Conscious cities

5.4.2 Smart cities o conscious cities?

Una smart city si concentra sul miglioramento dell'efficienza dei servizi tecnologici mentre una conscious city attraverso la tecnologia e ricerche comportamentali migliora l'esperienza e i relativi effetti mentali e fisiologici dei propri cittadini, alleviando disturbi come stress, ansia e noia intervenendo sui fattori sensibili e comportamentali delle persone nelle diverse aree della città.³³

Il ventunesimo secolo ha portato l'avvento dei big data e del crowdsourcing, i quali forniscono un'analisi molto più approfondita sui rapporti tra le città e i loro abitanti. Una sfida sarà quindi quella di sviluppare metodologie in grado di identificare correttamente i modi in cui la conservazione urbana modella la coscienza e i modi in cui relazionarsi con le altre persone, basata sulla diversità: classe, genere, etnia, orientamento sessuale, età e regione sono tutti elementi importanti nella definizione e differenziazione delle esperienze dei luoghi e nella definizione delle azioni conseguenti e in questo senso tutta la ricerca sulle conscious cities è collegato a una prospettiva dei diritti umani.³⁴

Secondo Saunders e Mulgan,³⁵ queste tematiche dovrebbero rientrare nelle agende delle amministrazioni governative per la creazione di una reale democrazia del ventunesimo secolo, diventando un processo continuo di discussione, deliberazione, decisione e azione in cui gli enti di governance interagiscono reciprocamente con le persone nello spazio urbano secondo i seguenti criteri di intelligenza collettiva:

- **coscienza** - coscienza di essere parte attiva di un processo
- **riflessività** - la capacità di osservare i propri processi di pensiero
- **osservazione** - la capacità di vedere, ascoltare, annusare il mondo
- **attenzione** - la capacità di concentrazione
- **cognizione** - la capacità, o abilità, di pensare e ragionare

33 Jokela, M., Bleidorn, W., Lamb, M. E., Gosling, S. D., & Rentfrow, P. J. (2015). Geographically varying associations between personality and life satisfaction in the London metropolitan area. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(3), 725-730. <https://doi.org/10.1073/pnas.1415800112>

34 *The Emergence of Conscious Cities in Urban Planning*. (2016). *Conscious Cities Anthology*, 2017(1). <https://doi.org/10.33797/CCJ.01.02>

35 Saunders, T., & Mulgan, G. (2017). *Governing with collective intelligence*. Nesta: UK.

- **creazione** - la capacità di immaginare
- **memoria** - la capacità di ricordare
- **giudizio** - la capacità di giudicare e decidere
- **saggezza** - la capacità di dare un senso alla complessità e di integrarsi prospettive morali

Ciò significa aggiungere nuovi layer di significato alla dimensione urbana attraverso le tecnologie digitali per rendere coscienti e sensibili i cittadini alla propria collettività. Solo umanizzando lo spazio pubblico è possibile riconquistarlo e ciò oggi è reso anche possibile dalla raccolta dei dati emotivi dei fruitori.

I progetti dello studio brasiliano Guto Requena³⁶ ben esprimono quali possano essere le vie per abilitare le città ad essere responsive e interagenti:

Light Creature è una facciata di un edificio che rileva il rumore ambientale e la qualità dell'aria, tramite sensori e un software parametrico, visualizzando e reagendo in tempo reale ai diversi stimoli ambientali. Inoltre, attraverso un'app è possibile a chiunque interagire direttamente con l'edificio.

36 www.gutorequena.com



Light creature
Facciata responsiva
San paulo, Brasile, 2015.

Can you tell me a secret? è un arredo urbano composto da cinque panche di legno situate in un quartiere di San Paolo fortemente popolato da immigrati. Questo sistema invita i passanti a entrare e condividere le loro storie, che vengono poi registrate e riprodotte casualmente all'interno dei mobili tramite gli altoparlanti.



Can you tell me a secret?
Arredo urbano interattivo
San Paolo, Brasile, 2016.

Mapped empathies è un arredo urbano tecnologico che promuove senso di collettività e appartenenza e che stimola l'empatia. I battiti del cuore dei cittadini vengono registrati in tempo reale con il semplice tocco di un dito tramite i sensori installati sui banchi. Questi dati vitali sono inviati agli altoparlanti e alle luci che trasformano l'installazione in una grande scultura emozionale, dove ogni battito cardiaco può essere ascoltato attraverso una sinfonia guidata da un software parametrico. Essendo open source e copyleft può essere riprodotto ovunque e migliorato dalla comunità creativa di riferimento stimolando la fabbricazione digitale e un processo di produzione collaborativo.



Mapped empathies
Installazione interattiva
San Paolo, Brasile, 2018.

5.4.0 Caso studio: Conscious cities

5.4.3 L'esperienza di Londra 2018

È necessario iniziare a pensare agli edifici e al costruito urbano come agenti attivi del vissuto cittadino per focalizzare al meglio modi più semplici per migliorare l'esperienza quotidiana. Le strutture cittadine, in un contesto del genere, diventano strumenti che possono mappare emotivamente le reazioni umane agli ambienti, in termini di coinvolgimento, e in particolare, in risposta a stimoli come il suono, l'inquinamento dell'aria e la luce.³⁷

³⁷ Parkinson, J.A., Pantoja, R., Pérez, F.P. (2018). *Psicología del espacio (Psychology of space)*. London: *Conscious Cities Anthology 2018: Human-Centred Design, Science, and Technology*. ISSN 2514-6815. DOI:10.33797/CCA18.06

Una migliore comprensione di come i cittadini interagiscono, si relazionano o reagiscono in un contesto urbano porta a progetti in grado di realizzare soluzioni più consapevoli, centrate su spazi per il benessere e su una città migliore per tutti. Per fare ciò, in primo luogo, bisogna valutare le esigenze dei cittadini, integrando le competenze di quelle professioni che hanno un impatto significativo sul benessere della città.

Questo significa integrare il lavoro di architetti, psicologi, urbanisti e antropologi con un approccio centrato sull'uomo e basato sul human-centred design. Le persone fruitrici degli spazi urbani sono mosse da obiettivi e necessità. Progettare per loro significa rispondere a queste motivazioni e far sì che siano guidate a intraprendere le azioni che sono funzionali alla promozione del benessere e della coesione sociale. La capacità di visualizzare e nominare le relazioni spaziali offre un modo per far emergere le qualità sociali dello spazio nel processo di progettazione.

³⁸ *The Conscious City as Network, Three Images, and a Sequence*. (2018). *Conscious Cities Anthology*, 2018(1). <https://doi.org/10.33797/CCJ.05.08>

La nostra società è costituita da comunità complesse, e di conseguenza è necessario sviluppare metodi che possano far fronte a tali complessità per offrire soluzioni transdisciplinari che possano essere dimensionate e tarate sulle comunità di riferimento. Per creare una città non è sufficiente avere un numero minimo di esseri umani: la pluralità è insita nella natura stessa della città.³⁸

Conscious Cities Anthology 2018

Human-Centred Design, Science, and Technology



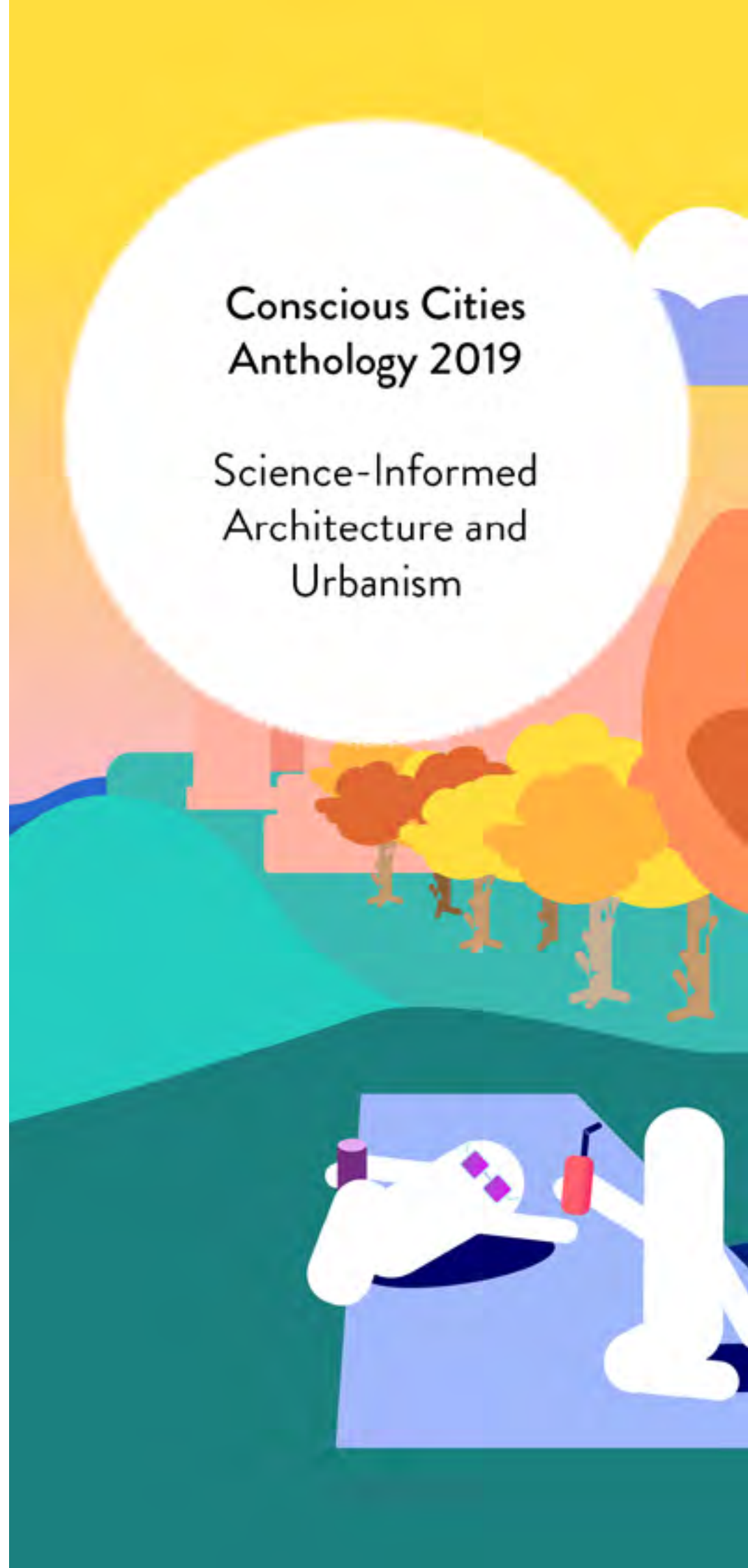
5.4.0 Caso studio: Conscious cities

5.4.4 L'esperienza di New York 2019

La mission del "Conscious Cities Festival 2019" è stata quella di esplorare come il science-informed design può creare una città più sana e inclusiva. Utilizzando un approccio multidisciplinare fondato su principi di equità razziale e giustizia sociale, il festival si è focalizzato sulla facilitazione del dialogo tra individui, organizzazioni e istituzioni che lavorano verso obiettivi comuni, nel tentativo di stimolare soluzioni collaborative e creative per raggiungere le comunità urbane. Ad esempio alcune ricerche³⁹ mostrano che l'esperienza emotiva associata ad un determinato luogo è fortemente influenzata dall'intervento artistico, inoltre suggerisce che la valorizzazione artistica di un luogo è suscettibile a favorire l'attaccamento al luogo e tendenze protettive dello stesso. Sottolinea inoltre l'importanza di progettare e valutare interventi urbani al fine di massimizzare i loro effetti benefici sul benessere e sui comportamenti. L'attaccamento al luogo,⁴⁰ che caratterizza il legame cognitivo e affettivo, connette le persone al loro ambiente, è un impulso importante nel determinare come le persone interagiranno con un luogo e reagiranno quando viene minacciato. Oggi, la globalizzazione, le crisi ambientali e politiche possono mettere in pericolo l'attaccamento spostando le popolazioni e ritirando le persone dai luoghi in cui hanno vissuto. È quindi diventato urgente comprendere meglio la base psicologica dell'attaccamento al luogo e come sia possibile contribuire a proteggerlo e preservarlo di fronte alle avversità sociali, ecologiche e politiche. Ogni soluzione progettata deve essere personalizzata in modo univoco per affrontare le sfide della comunità, instillando un senso di appartenenza, co-creando nuove possibilità per trasformare lo spazio pubblico in un luogo veramente aperto. Sarà necessario estendere e ampliare le ricerche in questo ambito per rafforzare la relazione fra progettazione e della psicologia in modo da migliorare l'attuazione dei processi decisionali in termini della percezione e della costruzione degli spazi.

39 Vilarem, E. (2019). *The role of attachment in place-protective behaviours*. London: *Conscious Cities Anthology 2019: Science-Informed Architecture and Urbanism*. ISSN 2514-6815 DOI:10.33797/CCA19.01.11

40 Ebo, I. (2019). *Building resilience and inspiring justice by design*. London: *Conscious Cities Anthology 2019: Science-Informed Architecture and Urbanism*. ISSN 2514-6815 DOI:10.33797/CCA19.01.10



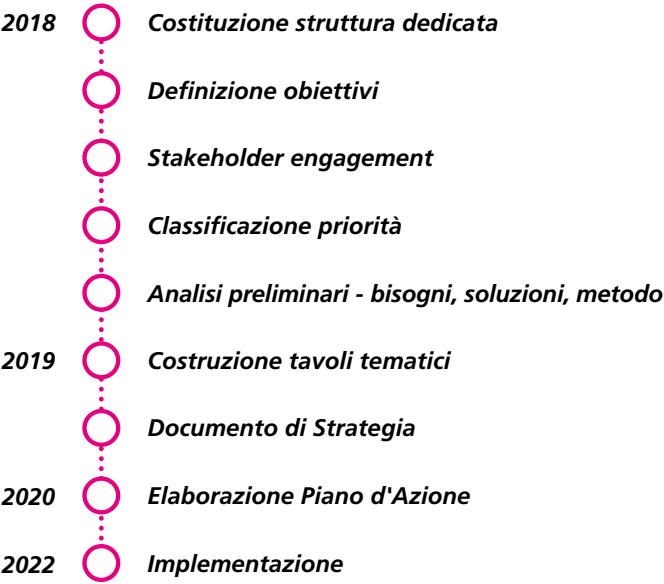
5.5.0 Iniziative a Genova

5.5.1 L'innovazione sociale a Genova

Come già citato in precedenza, la volontà dell'amministrazione della città è quella di rivolgersi ai propri stakeholder cittadini con un'attitudine top-down inclusiva permettendo così alle diverse categorie di rappresentanza di partecipare alle strategie di sviluppo e programmare il Piano d'Azione per la resilienza urbana locale che prevede processi di visione in analogia con i vari partenariati europei (cfr. Cap.2).

Lo sviluppo di questo processo porta con sé alcuni elementi di innovazione pubblica:⁴¹

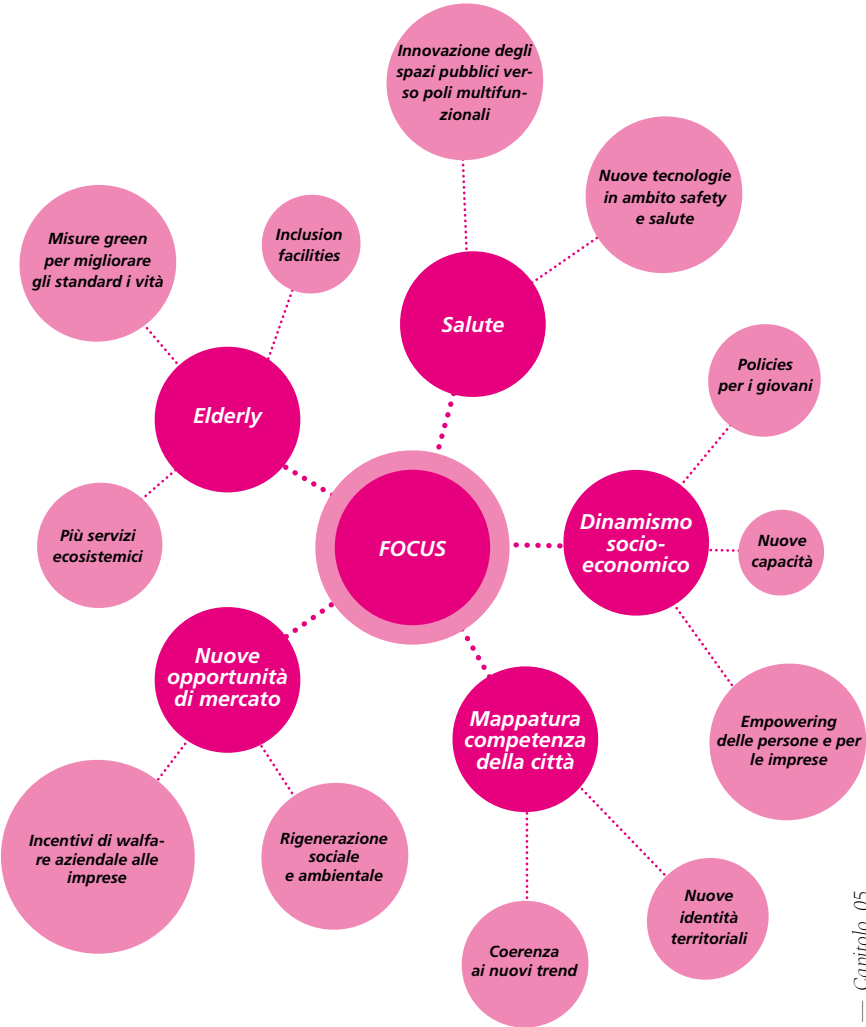
- La costituzione di una struttura dedicata alla tematica della resilienza sociale.
- Un continuo investimento nel networking locale endogeno ed esogeno per rafforzare il posizionamento della città in questo ambito.
- La condivisione del framework di lavoro
- Il coinvolgimento degli stakeholders nelle fasi preliminari, esecutive e di realizzazione del Piano d'Azione.
- L'introduzione di un concetto di resilienza organizzativa come paradigma di azione amministrativa.



Il lavoro portato avanti in questo periodo ha consentito di maturare una maggiore consapevolezza della dimensione dei cambiamenti in atto e il loro futuribile impatto sugli attuali modelli di progettazione, monitoraggio, valutazione e organizzazione di questi processi.

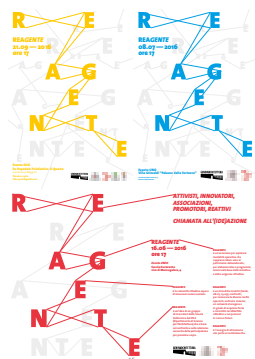
È ampiamente condivisa la necessità di trovare soluzioni che favoriscano processi di adattamento da adottare nel breve periodo e sull'opportunità di un cambio di paradigma, andando oltre il mero ripristino di servizi per il cittadino, conditio sine qua non.

Si è resa evidente la necessità di essere flessibili nell'uso delle risorse e capacità di stabilire la fattibilità e la sostenibilità, non solo economica, delle diverse azioni a supporto dei bisogni del sistema città, non trattando le singole iniziative come fenomeni isolati.



5.5.0 Iniziative a Genova

5.5.2 Reagente



42 Fabian, L., & Munarin, S. (A c. Di). (2017). *Re-cycle Italy: Atlante* (Prima edizione italiana). LetteraVentidue.

REAGENTE è stato un ciclo di incontri per la creazione di un network fra i diversi attori della città, comprendendo e coinvolgendo i gruppi formali ed informali che attraverso la cooperazione hanno dato vita ad attività riguardanti azioni su spazi in disuso della città di Genova. L'organizzazione degli incontri è stato diretto dal Lab Re-Cycle del vecchio Dipartimento di Scienze per l'Architettura, oggi Dipartimento Architettura e Design, dell'Università di Genova, coordinato dalla Professoressa Raffaella Fagnoni. Il gruppo è nato nel 2012, con la ricerca nazionale PRIN "Re-Cycle Italy",⁴² sui temi del riuso del patrimonio abbandonato.

L'obiettivo della ricerca è stato quello di creare una mappatura dei soggetti attivi, formare una rete riconoscibile, organizzata e capace di dialogare sinergicamente con le istituzioni, individuando le strategie di attuazione, per divenire catalizzatrice di nuove opportunità e sviluppi, attraverso l'avvio di un Piano di Azione condiviso per lo sviluppo di un marchio di qualità self-assessment.

L'evento si è sviluppato in tre incontri dislocati sul territorio genovese:

- 16 giugno 2016, Scuola Garaventa
- 08 luglio 2016, Ex Caserma Gavoglio
- 23 settembre 2016, Villa Grimaldi

43 Fagnoni, R., Pericu, S., & Olivastri, C. (2017). *RE-AGENTE. A label for social innovation. The Design Journal: Design for Next: Proceedings of the 12th European Academy of Design Conference, Sapienza University of Rome, 12-14 April 2017, Edited by Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Paul Atkinson.*

Il risultato della ricerca⁴³ è stata la mappatura dei cittadini attivi nel contesto locale, in relazione alle azioni da essi compiute in una logica di azione-sistema orientata ai beni comuni urbani. La fenomenologia processuale ha definito diversi strumenti capaci di riunire singole realtà in una comunità di comunità, in cui tutti i soggetti coinvolti possano identificarsi, partecipare e condividere la creazione di criteri comuni. In questo contesto, il design ha avuto il ruolo di catalizzatore, attivando nuovi meccanismi di condivisione esperienziale e capace di ricombinare risorse e capacità esistenti.



5.5.0 Iniziative a Genova

5.5.3 E. Luzzati come riqualifica di un quartiere

"A fronte di una rinnovata vocazione turistica e culturale, il centro genovese mantiene numerosi spazi liminari e periferici che non sono ancora stati travolti dal processo di gentrificazione avvenuto nel Porto Antico (Gastaldi, 2003; 2010), ma che in questi ultimi anni sono stati rivitalizzati e riqualificati da associazioni di quartiere che, con la loro presenza, attenuano fenomeni che lottano ancora contro la microcriminalità e l'abbandono. Associazioni perlopiù composte da giovani architetti e artigiani che, con azioni profondamente radicate nel territorio e attraverso la collaborazione con l'amministrazione comunale, hanno aperto spazi ricreativi (Associazione Giardini Luzzati) o hanno deciso di ridare alla città aree ancora non accessibili (come è successo grazie alla Libera Associazione dei Giardini Babilonia, composta da studenti di Architettura stanchi di vedere, a pochi metri dalle loro aule, delle zone liminari lasciate al completo degrado)" (Piatti, 2017).

I Giardini Luzzati sono un'associazione di promozione sociale, nata nel 2012 come progetto figlio della cooperativa Il Ce.Sto. I gestori la definiscono come una piazza diffusa, un'agorà polifunzionale nel cuore della città in cui le barriere, siano esse etniche, di genere o di età, vengono abbattute. Infatti la zona è luogo di ritrovo per bambini, giovani, anziani, famiglie, turisti e nuovi cittadini di origine straniera.

L'obiettivo generale è quello di sviluppare uno spazio di integrazione culturale e di aggregazione sociale a disposizione del quartiere contrastando e prevenendo un utilizzo passivo della piazza, offrendo al contempo un'alternativa alla movida, basata sulla cultura, l'intercultura, la convivenza e la cittadinanza attiva.

Attraverso anni di progettazione e presidio attivo è diventato un punto di riferimento per l'incontro e il dialogo, dove le proposte provenienti dal territorio possono trovare

realizzazione. Con il presidio della piazza e il suo bar-circolo, è quotidianamente impegnata nell'aggregazione, nell'animazione di quartiere, nell'organizzazione di eventi culturali, nell'educativa di strada e nella mediazione dei conflitti sociali.

Singolare è la metafora geografica dei giardini, che poggiano le proprie fondamenta su un anfiteatro romano di quasi duemila anni, testimonianza di una fervida attività di incontro culturale già in tempi passati e ancora adesso, grazie all'opera di volontari e soci, si portano avanti idee e si organizzano eventi legati alla cultura locale e internazionale.

La sistemazione e la riattivazione, a partire da Novembre 2016, dell'area archeologica presente nei Giardini ha avuto come obiettivo quello di trasformarla in un luogo per la memoria storica dei genovesi, ma anche di attrazione turistica. Al centro di questo progetto il format dell'archeologia partecipata, che unisce le competenze degli artisti pittorici e figurativi, le sensibilità di artisti performativi, le conoscenze degli archeolo-

44 Piatti, A. (2017). *Il ritorno al centro: la cultura come motore di crescita per la città di Genova. On the w@terfront*, (54), 41-58.



gi e il punto di vista dei cittadini partecipanti per ridare voce ad uno dei luoghi più antichi della città.

L'intero complesso riunisce sotto un unico cappello diverse attività che si sviluppano durante l'arco della settimana

- Circolo Bar: locale ristoro aperto 7 giorni su 7.
- RISTOPOP dei Luzzati, aperto tutti i giorni a pranzo e in orario aperitivo.
- Orto Collettivo Luzzati, orto a partecipazione collettiva di abitanti, residenti e volontari, sviluppato attraverso la campagna "Adotta La Tua Vasca" e portato avanti tramite corsi di compostaggio e agricoltura urbana.
- Piazza Mauro Rostagno: spazio urbano con speech corner dedicato ad incontri, dibattiti, proiezioni e concerti.
- Campetto Eduardo Galeano: campo da calcio a 5 completamente ristrutturato per attività sportive, allenamenti, tornei, fruibile gratuitamente da ragazzi e fasce deboli del quartiere.
- Area Archeologica di San Donato: 2000 anni di storia in un solo luogo con aperture serali venerdì, sabato e in occasione di eventi.

Tra le varie attività e servizi:

- Workshop e Seminari
- Conferenze/Presentazioni
- Spettacoli del Teatro della Tosse
- Concerti e Teatro
- Circo di Strada
- Raduni di Road Activity
- Pranzi e Feste di Quartiere e Multietniche
- Mercatini Artigiani e Agricoli
- Corsi e Mostre di Fotografia
- Corsi di Videomaking
- Visite, mostre ed eventi in Area Archeologica
- Attività sportive al Campetto E. Galeano: calcio, rugby, atletica.
- Baby Pit Stop e area baby friendly
- Compleanni e Feste di Laurea in Piazza



5.5.0 Iniziative a Genova

5.5.4 Don Gallo e la Città Vecchia, nessuno escluso



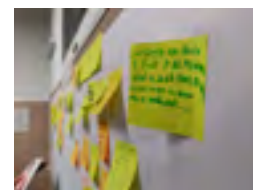
Il progetto si inserisce in un processo di rigenerazione già in corso da alcuni anni nella zona dei Vicoli di Genova, che ha gli obiettivi di potenziare la riqualificazione dell'area e promuoverne gli aspetti sociali, storici e culturali e di trasmettere un sistema di valori e significati che trovano in Don Gallo, prete di strada, fondatore e animatore della Comunità di San Benedetto al Porto è una figura simbolica per la città di Genova, tanto da aver dato il nome a alla piazza più grande dell'area del Ghetto di Prè. Il suo archivio costituisce una testimonianza storico-culturale fondamentale, costituito da 4000 documenti cartacei (corrispondenza, diari, opuscoli, appunti, scritti), circa 1000 fotografie, 560 audiocassette, materiale video, dal 1968 al 2003. Recentemente riordinato, questo patrimonio rappresenta la risorsa chiave per la costruzione di un racconto che possa trasmettere i valori positivi (tolleranza, accoglienza, rispetto delle minoranze, integrazione sociale, lotta alla discriminazione) da contrapporre alle problematiche che contraddistinguono il quartiere.

Il progetto "Don Gallo e la città vecchia" punta a generare, dalla documentazione dell'Archivio Don Gallo, un racconto corale, che faccia parlare un intero quartiere, attraverso alcuni strumenti di progettazione e comunicazione.

L'attività consiste nella costruzione di un percorso di progettazione partecipata, rivolto alla cittadinanza e agli stakeholder del quartiere. Attraverso le attività (incontri preliminari, workshop, momenti di restituzione) di soggetti riuniti in due tavoli di lavoro paralleli, il percorso permetterà di individuare problematiche e possibili risposte ai bisogni del quartiere.

Inoltre, si lavorerà su storie e contenuti che possano trasmettere a visitatori e turisti un'idea diversa, positiva, della Città Vecchia, dove si trova la piazza, nel cuore del Centro storico, nella zona di via del Campo, e dal

2014 è intitolata proprio a Don Gallo. Un percorso di progettazione partecipata, attraverso alcuni incontri aperti ad abitanti, associazioni, commercianti, istituzioni saranno raccolte le idee e le proposte di tutti gli interessati alla rigenerazione della piazza e del quartiere.



In seguito alla rielaborazione e alla sintesi di proposte, suggerimenti e bisogni, si realizzerà un workshop per costruire un progetto condiviso di restyling della piazza e per far emergere i contenuti migliori che possano veicolare l'identità della zona e l'eredità e la memoria di Don Gallo. Seguirà quindi la fase di realizzazione e installazione degli allestimenti (che potranno essere arredi urbani, panchine, aiuole, palchi modulari, graffiti, proiezioni, targhe, elementi in filodiffusione).

Grazie ad una APP, alcuni elementi presenti nella piazza e nei suoi allestimenti (TAG) permetteranno di accedere ai contenuti interattivi, prevalentemente audio, che compongono un racconto della vita di Don Gallo e della storia della piazza. I documenti audio dell'Archivio permettono di ascoltare la voce di Don Gallo, che ha registrato numerose audiocassette con le sue omelie. Altri contenuti riguardano la figura di De André e la sua presenza in via del Campo, o descrizioni di altri luoghi e personaggi che hanno caratterizzato la vita del quartiere. Tramite una mappa interattiva e il calendario aggiornato delle iniziative, si potrà programmare il proprio percorso di esplorazione dell'area, con particolare attenzione alla didattica per le scuole. Gli utenti potranno lasciare i propri commenti e partecipare a sondaggi.



5.5.0 Iniziative a Genova

5.5.5 Network Open Vicoli

45 Erdős, P. and Rényi, A. (1959), "On Random Graphs", in *Publicationes Mathematicae*, vol. 6, pp. 290-297.

46 Barabási, A. L. (2003), *Linked: The new science of networks*, Basic books, New York.

Notevoli passi avanti nella comprensione del comportamento di grafi complessi sono stati compiuti grazie alle teorie di Paul Erdős e Alfréd Rényi, che nel 1959⁴⁵ definiscono il modello dei grafi aleatori, in seguito messo in discussione in quanto non esplicativo dei processi fondativi la nascita di una rete reale (Barabási, 2003).⁴⁶ Il loro apporto alla disciplina è stato fondamentale per la comprensione delle dinamiche che sottendono alla formazione di una community: una volta che i nodi di un grafo vengono connessi da un numero 'n' di link tale che ogni nodo abbia in media anche un solo collegamento al resto della rete, si assiste alla nascita di un cluster, un'entità in cui è possibile spostarsi da uno qualsiasi dei nodi che la compongono a tutti gli altri. Erdős e Rényi ipotizzavano che l'aggiunta di link a ogni nodo seguisse il principio della casualità, ma questo approccio non può spiegare le complesse dinamiche che fondano l'immensa varietà di fenomeni naturali e sociali che vengono studiati in teoria dei grafi.

Tuttavia, lo studio del fenomeno della clusterrizzazione ha permesso di comprendere una caratteristica affascinante tipica dei network reali: si tratta di 'piccoli mondi' strettamente interconnessi tra loro, in cui ogni nodo è incredibilmente vicino agli altri, nel senso che sono necessari solo pochi passaggi, in rapporto alla dimensione totale della rete, per raggiungere un qualunque nodo che le appartiene. La nascita della 'teoria del piccolo mondo' può essere fatta risalire al famoso esperimento di Stanley Milgram (1967)⁴⁷ realizzato ad Harvard, conosciuto come esperimento dei '6 gradi di separazione'; esaminando la lunghezza media del percorso tra due qualsiasi soggetti appartenenti alla rete sociale dei cittadini americani, Milgram ottenne una media di 5,5 passaggi tra un individuo e l'altro. La sua sperimentazione è diventata famosa nell'immaginario pubblico grazie all'omonima opera teatrale presentata a Broadway nel 1991 e a numerosi studi conseguenti che ne hanno ampliato e supportato le teorie alla base.

47 Milgram, S. (1967), "The small world problem", in *Psychology today*, vol. 2, issue 1, pp. 60-67.

- **Connessione fra i soggetti attivi (ingredienti)**
- **Individuazione e inquadramento di metodi e buone pratiche (preparazione)**
- **Creazione e ideazione di tavoli / scenari (ricette) di reti ottimizzate**
- **Analisi del potenziale di produzione del valore per la comunità e per il territorio (assaggio)**

Nella seguente sperimentazione sul campo, ho personalmente preso parte alle attività del progetto con il duplice ruolo di osservatore e collaboratore del team di coordinamento, cercando di immergermi attivamente nel maggior numero di momenti operativi per assimilare informazioni riguardanti le dinamiche sociali e collaborative dei gruppi di persone aderenti al progetto.

Altresì questo esercizio di osservazione partecipante è stato utile per dedurre empiricamente quali fossero le necessità peculiari dei contesti e dei luoghi, in piccola scala, dell'area presa in esame per poi elaborare le conclusioni di natura qualitativa del lavoro di ricerca.

CAP-

ITO-

LO

06

Sperimentazione sul campo

open

VICOLI

6.1.0 OpenVicoli

6.1.1 Una comunità e un patrimonio a rischio di esclusione

OpenVicoli è un progetto che vuole mettere a sistema gli sforzi portati avanti dalle diverse realtà che operano e vivono nel territorio del centro storico di Genova, creando una rete stabile e sempre più ampia che unisca il mondo della cultura al mondo del sociale in un dialogo strutturato, per sperimentare i metodi del coinvolgimento e della partecipazione, avvicinando i cittadini al patrimonio diffuso dell'area e alla cultura, nell'accezione più ampia che ne dà l'UNESCO:

La cultura in senso lato può essere considerata come l'insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale. Essa non comprende solo l'arte e la letteratura, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze.¹

¹ Conferenza mondiale sulle politiche culturali. Rapporto finale della conferenza internazionale organizzata dall'UNESCO a Città del Messico dal 26 luglio al 6 agosto 1982. Pubblicato dalla Commissione UNESCO tedesca. Monaco di Baviera: K. G. Saur 1983 (Rapporti delle conferenze dell'UNESCO, n. 5), p. 121.

² Gastaldi, F. (2003). *Processi di gentrificazione nel centro storico di Genova*. Archivio di studi urbani e regionali.

La sfida è quella di costruire insieme ai diversi stakeholders una nuova visione dei vicoli: da problema a proposta, da territorio escluso a valore condiviso, attraverso pratiche di audience engagement con i vari attori che presidiano quotidianamente il quartiere e quindi per rafforzare il senso di appartenenza dei cittadini grazie l'instaurazione di relazioni interpersonali sia dei singoli che dei raggruppamenti formali.

Le zone di via Prè, via del Campo e il quartiere della Maddalena costituiscono un'area dei vicoli di Genova percepita da decenni come una ferita da sanare nel centro storico.² Una lunga fase di degrado socio-economico, con la chiusura di attività commerciali e la perdita di occupazione, ha portato negli anni a un progressivo abbandono degli spazi e una scarsa frequentazione da parte dei cittadini, alimentando un'immagine negativa della zona e una condizione di emarginazione,

che colpisce particolarmente i giovani e le fasce deboli, infatti l'area registra l'età media più bassa di tutta la città (42,7 anni) e ha una delle densità abitative più alte, il Municipio è il secondo a Genova per numero di stranieri residenti.³

Al tempo stesso, l'area conserva un patrimonio inestimabile, materiale e immateriale come palazzi nobiliari, chiese barocche, edicole votive e portali, botteghe storiche, tradizioni culinarie e artigiane: il continuo sovrapporsi di stili architettonici va di pari passo col mescolarsi delle lingue, dei sapori, delle storie e delle culture.

In questi quartieri hanno sede i musei più importanti della città, che custodiscono collezioni fondamentali per conoscere e interpretare la storia di Genova: i Musei di Strada Nuova (Palazzo Bianco, Palazzo Rosso, Palazzo Tursi) segnano il confine nord della Maddalena mentre la Galleria Nazionale di Palazzo Spinola è immersa nei vicoli del quartiere; il Museo del Risorgimento dista pochi metri da via del Campo; il Museo di Palazzo Reale sovrasta il quartiere di via Prè, mentre il Galata Museo del Mare lo guarda dal porto. Alcuni di questi musei sono attrazioni turistiche capaci di attrarre decine di migliaia di visitatori (soprattutto durante grandi eventi cittadini come i Rolli Days), ma il loro dialogo coi quartieri circostanti è rimasto finora un terreno di sperimentazione, limitato ad alcune buone pratiche scollegate fra loro.

Audience engagement, il concetto è faticosamente arrivato negli ultimi anni a una sua definizione a partire da una prospettiva squisitamente organizzativa. Non a caso il termine nasce dalle organizzazioni culturali, come risposta a un problema sia interno (storicamente affrontato dal marketing), quello cioè di non raggiungere abbastanza persone, o persone troppo simili tra loro, quello di avere impatti significativi sulla loro formazione culturale e comprensione dei fenomeni, sia esterno, quello di legittimarsi come soggetto artisticamente, socialmente ed economicamente rilevante (e quindi meritevole di essere finanziato).

³ www.statistica.comune.genova.it/



Palazzo Bianco



Palazzo Rosso



Palazzo Reale



Galleria Spinola



Museo del Mare Galata

6.1.0 OpenVicoli

6.1.2 Un laboratorio condiviso sulla partecipazione

4 www.compagniadisanpaolo.it/ita/Bandi-e-scadenze/Open-COMMUNITY

Compagnia di San Paolo, a marzo 2018 ha lanciato Open Community,⁴ un bando destinato a progetti focalizzati sul coinvolgimento del pubblico, presentati in tandem da reti di comunità culturali e professionisti dell'audience development.

Dopo una prima selezione dei progetti avvenuta a luglio e un percorso di perfezionamento tenuto dai selezionati che ha attraversato l'autunno in una serie di incontri tra Torino e Genova, il 10 dicembre 2018 sono stati annunciati i vincitori: OpenVicoli è risultato il primo in graduatoria fra i 9 progetti selezionati, e grazie al finanziamento di 100.000 euro è stato possibile porre le basi per la creazione di una rete di soggetti, aderenti al partenariato proponente, che lavorano sul territorio genovese, su questo progetto comune a cui partecipano enti provenienti da diversi ambiti e con caratteristiche trasversali:

- operatori sociali: che si dedicano all'integrazione e all'aggregazione, alla prevenzione del disagio, all'educazione e all'empowerment di comunità;
- operatori culturali: che raccontano la storia e la vita quotidiana del quartiere attraverso l'immaginario e le capacità espressive dei cittadini;
- musei: che dimostrano oggi una nuova apertura e possono farsi luoghi di rispecchiamento identitario, lavorando sulla riappropriazione, la consapevolezza e l'orgoglio del patrimonio storico e urbano.



Momenti di aggregazione durante OpenVicoli

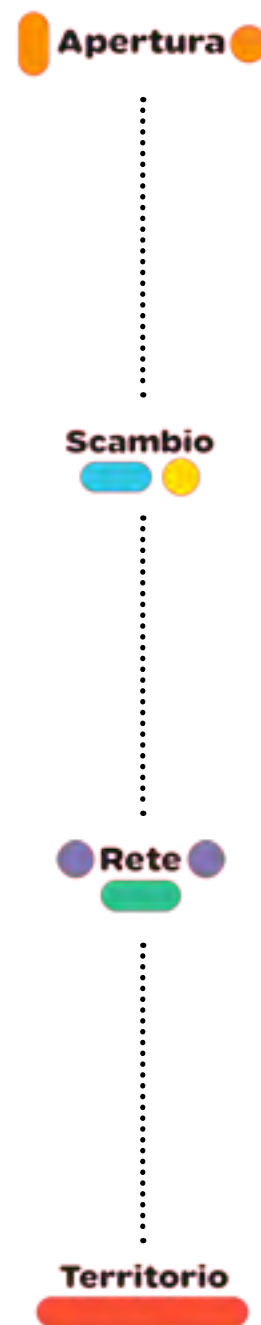
L'intento vuole essere quello di avvicinare le comunità di cittadini che abitano e vivono il centro storico genovese all'offerta dei musei, ma più in generale, alla conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale diffuso nell'area, allargando e diversificando i pubblici dei musei e dei centri di diffusione culturale per riposizionare agli occhi del quartiere questi luoghi come spazi aperti alla cittadinanza e alla creatività, innovando l'offerta stessa delle istituzioni.

Attraverso percorsi di co-progettazione, orientati alla condivisione di esperienze professionali, la rete lavora all'ideazione di laboratori creativi da realizzarsi all'interno di uno o più musei partner, pensando e strutturando percorsi tra territorio e musei con i metodi dell'audience engagement per strutturare esperienze di animazione sociale, già radicate ed esistenti sul territorio, ma ancora estemporanee ma in via di sistematizzazione.

Due sono le vie per l'empowerment della rete:

- I laboratori, realizzati all'interno dei musei, coinvolgendo le comunità del centro storico in processi di appropriazione e rielaborazione creativa del patrimonio e delle collezioni dei musei, con eventi finali aperti al pubblico.
- I percorsi realizzati fuori dai musei ma in collaborazione con i loro servizi educativi, abilitando membri delle comunità come mediatori e narratori del patrimonio culturale diffuso nel quartiere e co-creando con loro degli itinerari di scoperta, che restino in dote alle istituzioni museali innovando la loro offerta di mediazione e collegandola al quartiere.

L'obiettivo focale dell'intera iniziativa è innestare e creare collegamenti stabili tra il patrimonio culturale materiale e il capitale sociale immateriale diffuso nel centro storico.



Main topic del progetto

6.1.0 OpenVicoli

6.1.3 La rete e obiettivi

Dopo le prime fasi dedicate alla conoscenza fra i vari partner del territorio attraverso il coordinamento di "BAM! Strategie Culturali" supportati dalla Cooperativa Sociale Il Laboratorio, partner locale del progetto sono state organizzate due giornate, a marzo del 2018, dedicate all'abilitazione e alla formazione dei partner della rete

La prima giornata è stata ospitata dal Galata Museo del Mare, in cui i partners hanno approfondito i temi dell'audience development e dell'audience engagement incontrando altri progetti vincitori del bando Open San Paolo in altre edizioni e per discutere delle best practices adottate dai vari partenariati, nello specifico i progetti presentati e utilizzati come case studies sono:

- **Touch** - Arte da toccare, il cui è obiettivo è quello di utilizzare le nuove tecnologie, come la stampa 3D, per facilitare le visite ai musei di bambini e adolescenti e migliorare l'accessibilità del patrimonio culturale alle persone con disabilità visiva. Suddiviso in due fasi TOUCH ha coinvolto 200 bambini e 24 insegnanti di cinque scuole primarie e secondarie di primo grado in cui i bambini e i ragazzi hanno riprodotto alcune delle opere più significative della Galleria Nazionale di Palazzo Spinola attraverso un laboratorio di disegno artistico volto alla sensibilizzazione della disabilità visiva e in un secondo momento trasposto, grazie al disegno digitale, in oggetto fisico grazie alla tecnologia FDM.
- **Museo Senior**, un progetto dedicato agli Over 55 e alle terze età, con l'obiettivo di studiare, realizzare e comunicare azioni culturali rivolte a questa fascia di pubblico e basate sull'offerta museale del distretto savonese della ceramica. I due anni di lavoro, dal 2017 al 2019, hanno prodotto una serie di importanti dati statistici sulla fruizione e la condivisione del prodotto "ceramica" del savonese.

- **Lilliput** - A piccoli passi nei musei, che si propone di stimolare le famiglie a fruire delle mostre e degli spazi museali in modo attivo, partecipando alla creazione di nuovi percorsi che sappiano interessare e stimolare tanto i genitori quanto i bambini. Secondo i dati Istat, solo il 46% degli istituti museali della regione Liguria organizza attività didattiche, mentre non risultano, neppure a livello nazionale, dati relativi alle attività specifiche dedicate alle famiglie.

Questo momento di incontro, aperto alla cittadinanza, è servito ad aprire il dibattito su come poter ragionare sulla valorizzazione del patrimonio diffuso del centro storico, grazie al caso dei Rolli Days e con le testimonianze di alcuni progetti europei che stanno sperimentando modelli innovativi di rigenerazione urbana a base culturale come il Rock del Comune di Bologna, Forget Heritage del Comune di Genova, in dialogo con esempi locali come i già citati Giardini Luzzati e Electropark, di cui si parlerà più avanti.

Una parte di questa giornata è stata dedicata ad un racconto a più voci con protagonisti abitanti, commercianti, associazioni che vivono e/o lavorano nei quartieri, che credono in una rigenerazione urbana capace di creare innovazione sociale.

La seconda giornata invece si è incentrata sull'analisi delle principali istanze e bisogni emersi dalle prime fasi di indagini, compiute tra febbraio e aprile, che hanno incluso la somministrazione di più di 1200 questionari ai visitatori dei musei appartenenti alla rete. I partner si sono divisi quindi in tavoli di lavoro per progettare insieme laboratori, workshop e attività creative nei luoghi e punti strategici del territorio per creare percorsi di valorizzazione culturale e sociale tra i musei e la città, attraverso la cittadinanza attiva.

6.2.0 Azioni

6.2.1 Un percorso di relazione per dare sostanza al partenariato

La sociologia è una scienza ‘formale’, cioè votata a descrivere le forme che le relazioni reciproche (le interazioni) assumono in tempi e luoghi differenti, attraverso la formazione di raggruppamenti o cerchie sociali.⁵

Il luogo ideale in cui si manifestano o meglio si amplificano queste ramificazioni relazionali è naturalmente il luogo dove per definizione ci sono grandi concentrazioni di individui, ovvero le grandi città – le metropoli anticipando tematiche oggi ormai ritenute scontate.

L'ampliarsi del gruppo coincide, per Simmel,⁶ con lo sviluppo dell'individualità, anche se la differenziazione degli individui è a sua volta necessaria per lo sviluppo del gruppo stesso. Concetti questi alla base delle ideologie e metodologie della celeberrima Scuola di Chicago, fondata, tra i vari, da Robert Ezra Park⁷ (1864-1944), alunno di Simmel, il quale individua quattro processi interattivi fondamentali nello spazio urbano:

- **La competizione**, che in senso darwiniano è la forma più elementare di interazione sociale (‘ordine biotico’ della città).
- **Il conflitto**, conseguenza della competizione, che riguarda le azioni del singolo individuo e ne determina la sua posizione e il suo status sociale, dominante o subordinato.
- **L'accordo**, che implica la cessazione del conflitto e l'assegnazione stabile delle posizioni e degli status di potere, definiti e consolidati da leggi e consuetudini.
- **L'assimilazione**, processo di penetrazione e di fusione che può seguire l'accordo.

5 Simmel, G. (2018). *Sociologia*. Meltemi.

6 Simmel, G. and Jedlowski, P. (1995), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando Editore, Roma.

7 Park, R. E., Burgess, E. W. and McKenzie, R. D. (1967), *La Città* [orig. ed. *The City*, 1925], Edizioni di Comunità, Ivrea.

Quest'ultimo, secondo Park, (ibidem), è caratteristico della città che riesce a integrare economicamente e culturalmente i vari migranti e le sue varie componenti sociali, anche se tutti conservano la loro identità e status.

Park ritiene che la città sia qualcosa di più di un insieme di persone, Istituzioni, servizi, Amministrazioni, più o meno organizzate: la città è uno stato d'animo, un insieme di atteggiamenti e sentimenti organizzati in costumi, tradizioni e modi di comportamento. Secondo Park, nella città diversificata e cosmopolita l'individuo può scegliere con "chi stare", non è obbligato a seguire la tradizione ma può frequentare persone a lui più congeniali e la sua ‘compagnia’ gli fornirà il sostegno morale e la giustificazione dei comportamenti da lui scelti. La città si divide così in una molteplicità di regioni morali (quella del vizio e quella borghese, quella bohemien, quella operaia, quella dei single, ecc.), non sempre però la compagnia è "scelta" ma spesso ci si trova a vivere lì e ci si adatta.

Questo approccio naturalistico presuppone l'esistenza di uno spazio urbano lasciato al laissez-faire e ai meccanismi del mercato, così come legato a una forte divisione del lavoro e dei ruoli sociali. E alla quasi assenza di pianificazione urbana. La prospettiva non è più quella della visione teorica dall'alto, ma quella della visione dall'interno.

Per questo è necessario definire nuovi orizzonti di sviluppo culturale focalizzandosi sulle comunità, protagoniste nei progetti per l'avvio di iniziative di audience engagement, promossi da una rete di comunità capace di attuare un cambiamento duraturo e sostenibile.

Con il termine comunità si intendono sia le comunità professionali, sia le comunità di pratica, sia ancora i pubblici di riferimento delle diverse iniziative e gli stakeholders delle diverse attività. In questo senso le reti, mettendo in relazione diverse comunità, possono anche essere considerate comunità di comunità. In questa accezione il termine comunità non connota ambiti chiusi con vincoli forti e organici al loro interno, anzi si vuole promuovere una capacità relazionale capace di coinvolgere anche altri pubblici. Le condizioni di sostenibilità si fondano, infatti, anche sulle capacità di espansione dei network di relazioni e sul coinvolgimento di stakeholders esterni ai soggetti coinvolti in prima istanza.

6.2.0 Azioni

6.2.2 Un apparato organizzativo per rendere forte la rete

Il coinvolgimento è stato lo strumento più utilizzato durante la fase di setting dell'iniziativa volto a favorire i processi di innovazione e creatività nella soluzione dei problemi riscontrati durante le fasi di analisi delle istanze e delle problematiche.

8 Novara, C., & Lavanco, G. (2008). *Il setting della ricerca-azione: quadro epistemologico, riflessività e analisi della domanda. Psicologia di comunità.*

In psicologia sociale, "setting"⁸ indica l'insieme delle condizioni organizzative e mentali che definiscono un certo modo di fare qualcosa, queste condizioni sono fisse, prestabilite e costruiscono lo scenario in cui un'attività si svolge. La fase zero di OpenVicoli è stata la strutturazione di un tavolo di lavoro che potesse attuare queste impostazioni di governance in modo da orientare il comportamento delle persone coinvolte che, in un secondo momento, sono state chiamate ad adottare comportamenti coerenti attraverso regolamentazioni esplicite o implicite in momenti di condivisione attiva.

In letteratura, si sono definite arene deliberative, quei luoghi, fisici e/o immateriali, che si fondano sul principio per cui una decisione scaturisce da una discussione tra pari, sull'argomentazione delle posizioni cognitivo-razionali e sul conflittuale finalizzato al raggiungimento del consenso.⁹

Il setting utilizzato per la sperimentazione di OpenVicoli, è stata quella delle arene deliberative, i tavoli formati diventano così spazio simbolico entro cui si strutturano le interazioni con la consapevolezza di un obiettivo comune, le cui caratteristiche fondanti sono:

- Scopo e tempo limitato per realizzarlo
- Conoscenza decisioni accessibile a tutti
- Si basano su regole condivise che definiscono il setting
- Assistite da figure tecniche per facilitare il processo
- Sono inclusive: far partecipare tutti coloro su cui ricadono le decisioni
- Confronto di argomenti unico metodo legittimo

9 Bobbio, L., & Pomatto, G. (2007). *Il coinvolgimento dei cittadini nelle scelte pubbliche. Meridiana, 45-67.*

- I partecipanti costituiscono un gruppo percependo di essere legati ad altri da un rapporto senza il quale lo scopo comune non potrebbe essere raggiunto.

Questa è una strategia di democrazia deliberativa, per cui ci si riferisce a un processo decisionale fondato sull'argomentazione razionale, che ha una caratteristica democratica,¹⁰ in quanto coinvolge tutti gli attori che hanno interesse negli effetti della decisione da prendere. La teoria della democrazia deliberativa non si limita a mettere insieme i punti di vista degli attori, ma li trasforma, ciò significa che il pensiero stesso si trasforma all'interno dell'interazione.

I benefici della democrazia deliberativa sono l'aumento di senso civico, più informazione e consapevolezza, aumento del senso di efficacia, appartenenza ad una comunità, aumento abilità di ragionamento, aumento legittimità delle discussioni e meno distanza tra esponenti e cittadini.

Al netto di queste considerazioni, però va fatto un ragionamento critico sul reale impatto globale che il community involvement ha sui processi partecipativi e che è anche emerso in itinere durante lo sviluppo del progetto: spesso il coinvolgimento dei cittadini è simbolico, la partecipazione non influisce realmente sulle strategie politiche e che esperti e comuni cittadini hanno una diversa percezione dei benefici derivanti dalla propria partecipazione.

Come già detto nei capitoli precedenti, la figura del progettista per l'innovazione sociale, deve essere trasversale e in armonia con le figure esperte che modulano l'azione in contesti del genere come, operatori sociali, psicologi, consulenti professionali e i profili del project entourage, in modo da appianare le problematiche, pratiche e non teoriche, indotte dai processi di engagement, di involvement e di empowerment di un determinato campo di sperimentazione.

10 Cataldi, L. (2008). *Pro-messe e limiti della democrazia deliberativa: un'alternativa alla democrazia del voto?*

6.2.0 Azioni

6.2.3 Un modello di partecipazione per attivare i pubblici

Durante le giornate di formazione rivolte a tutti i partner del progetto, ha partecipato con un intervento sulla generatività, Paolo Pezzana, ricercatore presso il Centro ARC (Anthropology of Religion and Cultural Change)¹¹ dell'Università Cattolica di Milano, occupandosi di formazione e accompagnamento organizzativo per associazioni, enti pubblici e aziende private, con specializzazione per le azioni partecipate di sviluppo comunitario e di territorio.

11 www.dipartimenti.unicatt.it/sociologia-centri-di-ricerca-arc-centre-for-the-anthropology-of-religion-and-cultural-change

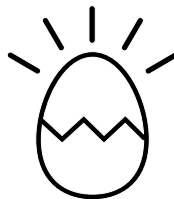
12 Lampugnani, D., & Capelletti, P. (2016). *Innovazione sociale e generatività sociale: quale trasformazione delle relazioni sociali?*.

La generatività sociale¹² è un nuovo modo di pensare e di agire personale e collettivo che racconta la possibilità di un tipo di azione socialmente orientata, creativa, connettiva, produttiva e responsabile, capace di impattare positivamente sulle forme del produrre, dell'innovare, dell'abitare, del prendersi cura, dell'organizzare, dell'investire, immettendovi nuova vita.

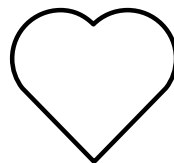
Il termine deriva dalla radice greca – gignomai – che significa essere, far essere, far accadere. Cioè la capacità, tipicamente umana, di mettere al mondo. Ben al di là dell'aspetto biologico "generare" è espressione di quella energia interna che apre le persone al mondo e agli altri, così da metterle in grado di agire efficacemente e contribuire creativamente a ciò che le circonda.

L'originalità che contraddistingue ogni azione sociale generativa, è di per sé autopoietica, quindi non è mai mera riproduzione di modelli standardizzati ma ha una tensione rivolta alla pluralizzazione di forme sociali e in questo modo, l'azione sociale generativa crea e alimenta un legame sociale dinamico e fluido, tramite un modo di avanzare che si realizza mediante il perseguimento concreto di obiettivi specifici (milestone) il cui valore va sempre riferito all'orizzonte verso cui si tende.

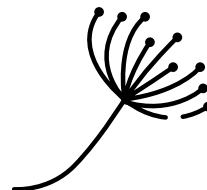
La generatività sociale si sviluppa in tre fasi, secondo una consecutio temporum ben definita, e tutte ugualmente indispensabili:



Fase 1
Mettere al mondo, che consiste nella fase imprenditiva/creativa

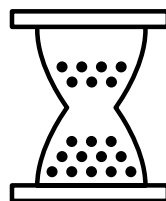


Fase 2
Prendersi cura, fase organizzativa

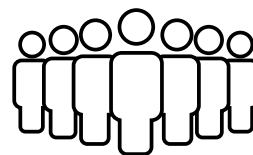


Fase 3
Lasciar andare fase transitiva

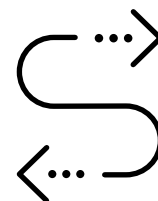
La generatività sociale è dunque un processo "metastabile". Ovvero, non è né stabile, come accade nelle relazioni che si istituzionalizzano secondo una rigida dinamica di solidificazione, né instabile, come in quelle liquide che fuggono da ogni forma, ma è dotata di una stabilità 'relativa' che contiene le premesse del suo stesso superamento lasciandosi continuamente provocare da altro da sé. In questo modo, tende a creare relazioni sociali dinamiche, aperte al cambiamento, sostenibili, plurali e intergenerazionali. La generatività sociale sussiste in tre dimensioni:



Intertemporalità
La dimensione temporale (intertemporalità), ovvero l'effetto di durata dell'impresa generativa nel tempo (durevolezza).



Intersoggettività
La dimensione relazionale (intersoggettività), ovvero la capacità di mobilitare, coinvolgere e capacitare altri a prendere parte e proseguire l'iniziativa generativa (autorizzazione)



Contestualità
La dimensione contestuale (contestualità), ovvero la capacità di ispirare nuove iniziative e a stimolare il cambiamento del contesto circostante (esemplarità).

6.3.0 Mappatura degli stakeholders

6.3.1 Mapping come strumento di partecipazione

Nell'esperienza dell'uomo la condizione di avere vita (esistere) è intrinsecamente legata alla condizione di trovarsi in un luogo (stare), dunque lo spazio è l'elemento al tempo stesso contestuale e costitutivo delle azioni umane.¹³

————— **Tonino Bettanini**

13 Bettanini T., 1976, *Spazio e scienze umane*, La Nuova Italia, Firenze

Dagli anni '90 del secolo scorso si è assistito alla diffusione, da un lato delle esperienze di attivazione dei cittadini, non più solo nei movimenti politici o di protesta, come era stato nei decenni precedenti, ma anche e soprattutto in processi partecipativi finalizzati alla pianificazione del territorio e, dall'altro, di tecnologie e strumenti sempre più user friendly e accessibili di mappatura dello stesso.

Si è visto altresì come la partecipazione dei cittadini soprattutto nell'ambito di temi ad alta spazialità come la gestione e progettazione del territorio sia facilitata dalle tecniche di mapping. Si è assistito anche alla crescita esponenziale a livello globale dell'attivazione degli user-citizen in progetti di crowdmapping finalizzati o, in modo generico, alla realizzazione di una mappa collettiva quanto più possibile ampia e dettagliata del globo terrestre o, in modo più specifico, alla georeferenziazione di questioni politicamente rilevanti.

Avere una panoramica il meglio possibile definita, e quindi un framework dettagliato, è la base di partenza per poter stimolare la rigenerazione di processi di cittadinanza attiva. Si assiste infatti negli ultimi anni, come già in precedenza descritto, quanto meno nell'Europa continentale, alla diffusione di processi di coinvolgimento della cittadinanza finalizzati a individuare e implementare pratiche collaborative per la gestione collettiva dei commons, beni comuni materiali e immateriali in modo che si possano mettere le basi per la fruizione degli stessi.¹⁴

14 Botsman, R. (2015). *Defining the sharing economy: what is collaborative consumption—and what isn't*. Fast Company, 27, 2015.

È un cambiamento sostanziale nell'ambito ormai definibile come tradizionale della partecipazione dei cittadini che coincide con il passo che si compie dal prendere parte all'essere parte.

Nella cornice della collaborazione cambia profondamente la dinamica e la direzione del coinvolgimento: non è più un rapporto unidirezionale tra pubblica amministrazione che ascolta e società civile che si esprime, ma un rapporto circolare in cui amministratori, cittadini, studiosi e imprenditori sono partner di un processo di design o redesign di soluzioni innovative e smart di un territorio sempre più complesso.

Le tecnologie permettono infatti al tempo stesso di coinvolgere e mettere in rete i cittadini/utenti in un processo collaborativo, usufruire di piattaforme web accessibili e facili da utilizzare per mappare i commons creando, attraverso il mash up, schede di analisi multimediali e restituire le segnalazioni geolocalizzate e facilitare quindi interventi integrati di rigenerazione o innovazione. Bisogna però tenere ben salda la convinzione che il digitale amplifica le possibilità di conoscenza ma è ancora nella dimensione analogica che si sviluppano le relazioni.

Lo spazio non è l'ambito (reale o logico) in cui le cose si dispongono, ma il mezzo in virtù del quale diviene possibile la posizione delle cose.¹⁵

————— **Maurice Merleau-Ponty**

Il Crowdmapping è una sotto categoria del crowdsourcing, dove l'aggregazione di input co-generati come comunicazioni catturate o comunicazione tramite interne a social media sono combinate con dati geo-referenziati e geo-spaziali per creare mappe digitali, il più aggiornate possibile, relative ad eventi come guerre, crisi umanitarie, crimini, elezioni, disastri naturali e rilevazione delle barriere architettoniche.

15 Merleau-Ponty, M., (2003) *Fenomenologia della percezione*, Bompiani, pp. 326, 334

6.3.0 Mappatura degli stakeholders

6.3.2 Metodologia

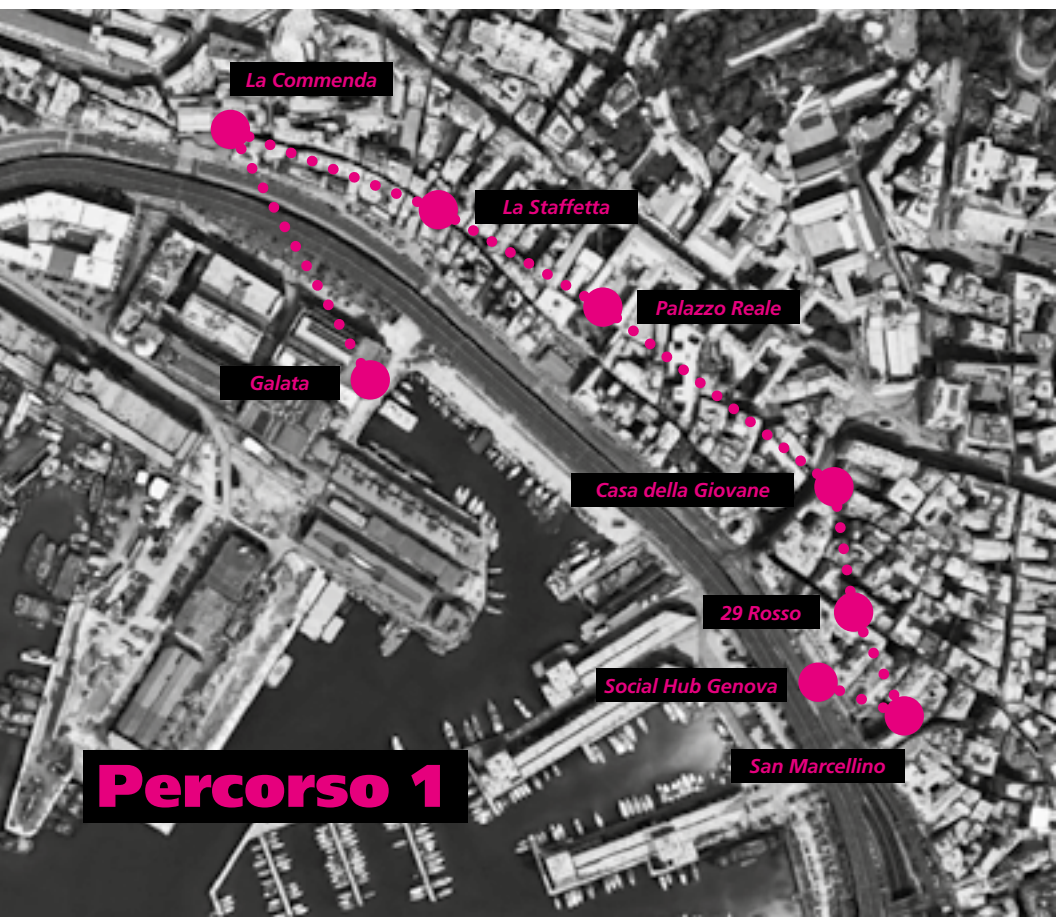
Un'altra importante occasione di scambio e incontro sono state le giornate dedicate alla mappatura partecipata di OpenVicoli, dei percorsi lungo tutta la città per conoscersi i quartieri della Maddalena, di via del Campo e via Prè.

Queste due giornate di "tour" hanno coinvolto i team delle organizzazioni partner, andando alla scoperta delle sedi, dei luoghi e delle zone in cui operano. Una mappatura sul campo, percorrendo la città a piedi, per misurare le distanze e le vicinanze geolocalizzando tra le realtà coinvolte dal progetto.

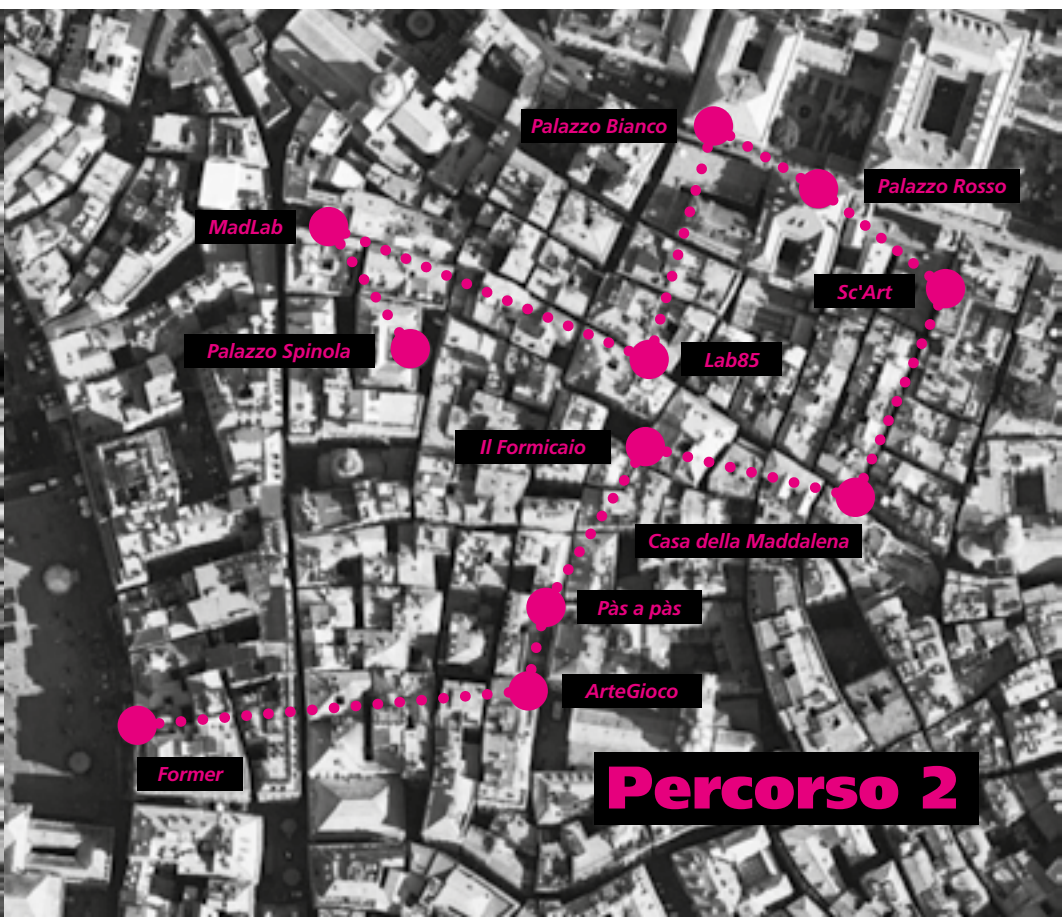
Il primo percorso si è districato nelle zone di Prè e via del Campo (l'ex ghetto ebraico), partendo dall'incubatore di imprese sociali Social Hub Genova per muoversi verso l'As-

sociazione San Marcellino, la casa dei cantautori di Via del Campo 29 rosso, la Casa della Giovane, il Museo di Palazzo Reale, il centro di aggregazione giovanile La Staffetta, il Museoteatro della Commenda di Prè, la Casa della Musica, e infine il Galata Museo del Mare.

Nel secondo momento di mappatura si sono percorsi i vicoli della Maddalena a partire dall'ente di formazione Former, per spostarsi verso la sede di Artegioco I Munari, di Pas à Pas, la Casa della Maddalena, i Musei di Strada Nuova (Palazzo Bianco, Palazzo Rosso, Palazzo Tursi), il laboratorio di riciclo creativo di Sc'Art! Creazioni al Fresco, il Centro Educazione al Lavoro Lab 85, il centro sociale per l'infanzia Il Formicaio, il Madlab 2.0 e infine la Galleria Nazionale di Palazzo Spinola.



Percorso 1



Percorso 2

Queste passeggiate sono seguite dalla fase conoscitiva dei singoli partner, che si è sviluppata attraverso interviste one-to-one e incontri organizzati in tavoli tematici, e sono stati strumenti utili per colmare i gap di conoscenza e creare una base condivisa all'interno della rete di comunità.

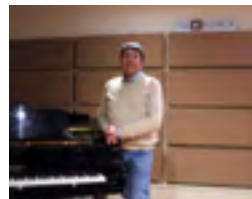
Ogni partner, in occasione del passaggio presso la propria struttura, ha avuto la possibilità di presentare brevemente i propri progetti, i propri operatori e le modalità con cui è solito operare; al pari, la rete di comunità ha avuto la possibilità di presentarsi ufficialmente e in prima persona alle singole realtà.

I parametri con cui si sono individuate le singole realtà sono suddivisi secondo i seguenti criteri:

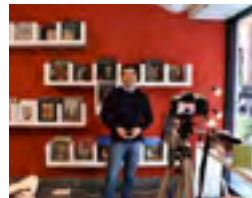
- essere presenza attiva e significativa sul territorio, con la conseguente volontà di saper leggere i bisogni e le necessità espresse, sviluppare ipotesi di risposta alle nuove emergenze sociali, avere una funzione di monitoraggio e di osservatorio delle trasformazioni sociali.
- Fare riferimento a modelli scientifici d'intervento, realizzando azioni sinergiche con la rete territoriale e massima collaborazione con altri enti pubblici e privati in una logica di forte coesione sociale.
- Promuovere, stimolare e favorire la partecipazione attiva della base sociale, formazione e aggiornamento permanente rivolta ai soci e agli operatori della cooperativa, contestualizzandola alle diverse esigenze dei progetti e delle équipe, sia all'interno delle specificità dei servizi, sia rispetto ai principi della cooperazione sociale.
- Attivare processi di socializzazione della persona per stimolare percorsi di solidarietà sociale, di accettazione della diversità, di non discriminazione.
- Contrastare ogni forma di disagio, promuovere il benessere e la dignità degli individui e tutelare i diritti di cittadinanza.



S: Aula Former
D: Social Hub Genova



S: Atelier ArteGioco
D: Casa della Musica



S: Sede Il Laboratorio
D: Solidarietà e lavoro



S: Casa Mazzini
D: Museo Galata



S: Centro Il Formicaio
D: Coop. La Staffetta



S: Centro MadLab
D: Scuola di Robotica



S: Galleria Spinola
D: Palazzo Bianco



S: Laboratorio Lab85
D: Centro Sc'Art

6.3.0 Mappatura degli stakeholders

6.3.3 Schedatura



Coop. Il laboratorio

È un ente che dal 1985 promuove e gestisce servizi socio educativi per minori e giovani nel Centro storico genovese.

Con oltre 30 anni di esperienza in ambito socio-educativo la cooperativa sostiene l'interesse generale della Comunità attraverso l'integrazione sociale e culturale dei cittadini, favorisce processi di socializzazione e percorsi di promozione, prevenzione del disagio e protezione, sostenendo percorsi educativi di crescita e autonomia.

Nello specifico realizza, in collaborazione con committenti pubblici e privati: servizi socio educativi e socio assistenziali per minori e giovani; progetti di aggregazione giovanile e animazione di comunità; attività di formazione e supervisione, informazione e sensibilizzazione.

Si occupa di progetti rivolti alla persona, ai cittadini, al territorio, secondo la metodologia dell'animazione di comunità e del lavoro di rete, finalizzati alla promozione umana e sociale e alla riduzione del disagio, con un costante impegno culturale.

Si impegna a perseguire uno sviluppo ragionato all'interno di un "mercato sociale" in evoluzione e trasformazione attraverso la proposta di progetti e servizi che concorrano al consolidamento di un patto sociale, per la promozione ed il sostegno della persona e per favorire il benessere della Comunità.

Pone come caratteristica fondamentale dell'Ente la territorialità, in quanto riteniamo che l'intervento educativo, di qualsiasi tipo esso sia, è efficace se si conosce in profondità il contesto nel quale si opera, sia esso un contesto che fa riferimento al micro o al macro sociale.

BAM! Strategie culturali



Lavora in Italia e in Europa insieme a musei, festival, teatri, distretti culturali, enti territoriali, università, fondazioni, associazioni e realtà del privato sociale sui temi della gestione e del management culturale.

Il team è formato da diverse competenze e diverse figure come consulenti, progettisti, formatori, professionisti della comunicazione e del marketing, per co-progettare le strategie più efficaci, focalizzare gli obiettivi, studiare la fattibilità e la sostenibilità, monitorare i risultati o valutare gli impatti delle azioni.

Il loro business core è votato all'inclusività e alla partecipazione di un range di pubblico il più ampio possibile, attraverso strategie e metodologie volte a:

- facilitare l'accesso e garantire la partecipazione culturale a pubblici sempre più ampi e diversi.
- scardinare gli approcci top-down nelle organizzazioni, convincere le istituzioni a lasciare andare un pezzo del loro potere e ibridare le competenze, fare entrare idee nuove e confrontarsi senza paura con pratiche lontane dal settore culturale;
- alzare la qualità della comunicazione e del marketing culturale, strumenti ancora sottovalutati dalle nostre istituzioni, promuovendone un giusto utilizzo e smettendo di contrapporre reale e digitale;
- mettere al centro i pubblici, il dialogo e il coinvolgimento, la conoscenza della domanda e dei suoi bisogni; ricordandosi poi di far ricadere i ragionamenti sull'offerta, sui contenuti, sulla costruzione di prodotti culturali nuovi e sempre più rilevanti;



MADLAB 2.0

E' una startup innovativa a vocazione sociale (SIAVS) e si occupa di formazione, stampa 3D e robotica umanoide per privati, scuole e aziende. Si trova nel cuore del centro storico di Genova, in Via della Maddalena.

Nasce nel 2015 da un progetto di Cooperativa Il Laboratorio in collaborazione con le associazioni Festival della Scienza e Scuola di Robotica.

Ad Aprile 2018 ai due soci storici si aggiunge Beready, società milanese di marketing che, grazie al proprio appoggio, consente al MadLab 2.0 di partecipare al bando del Comune di Genova, poi vinto nel Gennaio 2018.



Idea d'arte

Uno studio nato dall'esigenza di creare un nuovo luogo di aggregazione per esperti e amanti d'arte, per l'esposizione di opere di grafica e per l'insegnamento delle tecniche del disegno e della composizione.

Un progetto condiviso, di aggregazione tra personalità differenti, che si sono unite perché hanno intravisto un denominatore comune.

Coca Frigerio & Alberto Cerchi, fondatori dello studio, si occupano di formazione e didattica creativa, progettano laboratori per bambini e adulti sulle tematiche dell'arte moderna e contemporanea, collaborano con musei, scuole, fiere e riviste specializzate. Hanno pubblicato diversi libri sulla divulgazione del metodo di Bruno Munari, di cui Coca Frigerio è stata collaboratrice dalla fondazione di Giocare con l'arte. Insieme partecipano alla fondazione dell'associazione "i munariani" e progettano libri, percorsi formativi, mostre, grafica nel loro studio di Genova.

Clemson University



La Clemson University è un'università statunitense pubblica con sede a Clemson, nella Carolina del Sud. Il primo gruppo di studenti si stabilì al "Charles E. Daniel Center for Building Research and Urban Studies" a Genova, in Italia, nell'autunno 1973.

Da quel momento, il centro di ricerca è stato utilizzato come succursale per lo studio dell'architettura in Europa e come off-campus di formazione scolastica. I programmi proposti bilanciano l'esperienza di vivere la città con lo studio della storia dell'architettura italiana, il design contemporaneo, le pratiche urbane, la cultura locale e la partecipazione sul campo.

Gli studenti esplorano in prima persona gli strati storico-culturale della storia genovese combinati agli attuali progetti di rivitalizzazione urbana.

Musei civici di Genova



I Musei di Strada Nuova: Palazzo Rosso, storica dimora dei Brignole Sale, e Palazzo Bianco, prestigiosa pinacoteca, sono dalla fine dell'Ottocento aperti al pubblico; Palazzo Tursi è sede dell'Amministrazione Comunale cittadina ma, per volontà della stessa, destinato anche a uso culturale, museale e di alta rappresentanza.

L'unione dei tre palazzi in un continuo percorso di visita, nel quale ogni edificio mantiene le proprie specifiche caratteristiche storiche e di collezione, ha così trasformato la cinquecentesca Strada Nuova (via Garibaldi) in una vera e propria "strada-museo".

L'intero asse viario di Strada Nuova, quartiere residenziale dell'aristocrazia genovese, è unico al mondo per qualità urbanistica e architettonica. I suoi palazzi, per gli scenografici atri, i saloni affrescati, i giardini, i ninfei monumentali e le collezioni d'arte, sono stati riconosciuti dall'UNESCO "Patrimonio dell'Umanità".



Philos

L'associazione Philos-Accademia Pedagogica nasce con lo scopo di ricercare e sviluppare il benessere psico-fisico e le risorse interne dell'individuo, tramite un impegno attivo in molteplici aree di intervento, ma in particolare offrendo professionalità e tecniche psicoeducative nel campo dell'autismo, mediante progetti mirati e personalizzati, al singolo soggetto e all'intera famiglia, ed alla formazione di tutte le figure professionali e familiari che ruotano intorno ad esso.

Fra i loro servizi figurano diverse attività come:

- Gestione rapporti famiglia-scuola-centri riabilitativi e/o socio-sanitari
- Laboratori e workshop per bambini-ragazzi e adulti rientranti nello spettro autistico.



Social Hub Genova

Social Hub Genova è un incubatore che ha come mission la diffusione di un modello economico socialmente responsabile dando vita a un laboratorio di ricerca e sviluppo in ambito sociale.

Nei suoi primi anni di vita Social Hub Genova attira su di sé il sostegno migliaia di genovesi che contribuiscono alla crescita del progetto. Viene lanciata una call per idee innovative in ambito sociale.

Attiva percorsi di affiancamento per la creazione di nuove imprese o cooperative sociali e crea occasioni di contatto tra le cooperazione, i contesti privati e le nuove realtà territoriali.

L'anno successivo viene inaugurato il Lab-Coworking di Social Hub Genova, uno spazio coworking che comprende attività di networking e divulgazione di temi legati all'innovazione sociale.

Associazione San Marcellino



L'Associazione San Marcellino ha come obiettivo di dedicare la propria attività e il proprio impegno all'accoglienza e alla comprensione delle persone in condizione di emarginazione urbana estrema e, in particolare, di senza dimora.

L'associazione ha lo scopo di promuovere a livello individuale e sociale, la dignità umana delle persone che, per ragioni diverse, si trovano nelle situazioni più difficili – quali senza dimora, soli, senza riferimenti di aiuto, privi dei più elementari mezzi di sussistenza – e aiutarle a rientrare e a partecipare a pieno diritto e con possibilità di espressione al contesto sociale in cui vivono.

- Area Centro di Ascolto
- Area Pronta Accoglienza
- Area Alloggiamento
- Area Educazione al Lavoro
- Area Animazione e Tempo Libero

Scuola di robotica



È un'associazione no profit, Ente Formatore MIUR, che si dedica alla promozione dell'impiego consapevole dei nuovi mezzi ICT e dei robot. Scuola di Robotica coordina una rete di alcune centinaia di scuole di vari ordini e grado, promuovendo un circolo di feedback positivi ricerca-scuola-società (professione, impiego consapevole della robotica).

L'Associazione è partner della FIRST LEGO LEAGUE; è National Ambassador per l'uso didattico dell'umanoide NAO e organizzatore nazionale della NAO CHALLENGE.

Scuola di Robotica sviluppa progetti di robotica per:

- design e robotica per l'utenza debole;
- autismo e robotica educativa;
- stampa 3d in progetti ad impatto sociale;
- disabilità cognitive e robotica
- impiego della robotica ed ICT per progetti di sostenibilità e protezione dell'ambiente.



Galleria nazionale Palazzo Spinola

La Galleria è un museo statale collocato in un palazzo nobiliare edificato alla fine del Cinquecento, sito nel cuore del centro storico di Genova.

Esempio della civiltà dell'abitare tra Seicento e Settecento dell'aristocrazia genovese, il museo ospita opere di eccezionale valore come l'Ecce Homo di Antonello da Messina, il Ritratto di Ansaldo Pallavicino di Antoon van Dyck e il Ritratto di Gio. Carlo Doria di Pieter Paul Rubens.

Il terzo piano è occupato dalla Galleria Nazionale della Liguria, dove sono esposte le acquisizioni statali, secondo la volontà degli ultimi due proprietari privati, i marchesi Paolo e Franco Spinola, che nel 1958 donarono la loro residenza allo Stato Italiano perché divenisse un sito espositivo destinato alla pubblica fruizione.



Former

Former è un'agenzia di formazione e consulenza che opera per lo sviluppo professionale e personale di aziende, liberi professionisti e privati.

Former opera attraverso canali pubblici, progettando e realizzando attività formative e culturali finanziate da Città Metropolitana di Genova, Regione Liguria, Fondo Sociale Europeo e sul versante privato ideando e gestendo le specifiche richieste sia attraverso l'utilizzo dei fondi paritetici interprofessionali sia attraverso le proprie risorse.

Former ha due sedi: a Genova e a Sarzana dove opera a stretto contatto con il territorio e le realtà che lo caratterizzano

Museo di Palazzo Reale

Palazzo Reale nasce come grande dimora patrizia edificata dai Balbi – che lo costruirono tra il 1643 ed il 1650 – e dai Durazzo – che lo ampliarono tra la fine del Seicento e l'inizio del secolo successivo. Diventa Palazzo Reale nel 1824 quando viene acquistato dai Savoia.

Il palazzo è uno dei più vasti complessi architettonici sei-settecenteschi a Genova con saloni di rappresentanza completi di affreschi, stucchi, dipinti, sculture, arredi e suppellettili appartenuti alle famiglie nobili e reali che lo abitarono. Le volte dei salotti e delle gallerie sono affrescate da alcuni dei nomi più importanti della decorazione barocca e rococò.



Arte in Campo

Ha sede nel cuore della città, in Via del Campo, ed è un'associazione culturale senza scopo di lucro che promuove attività legate alla produzione ed alla conoscenza artistica.

La loro missione è quella di creare un centro dinamico, ricco di laboratori artistici, scambi culturali, percorsi didattici e dare spazio alla creatività. Si rivolge a tutti coloro che amano le arti visive e l'espressione creativa.

Arteincampo si rivolge a tutti coloro che sono interessati alle arti visive e alle sue molteplici forme, i suoi soci hanno tutte le età, dai ragazzi che intendono scoprire e approfondire le proprie capacità artistiche, a coloro che ritrovano nella nostra sede uno spazio di condivisione culturale e sociale.

Qui nascono opportunità di incontro, di creatività, di espressione e di riflessione, che permettono di crescere e di arricchirsi intellettualmente, attraverso la condivisione della scoperta artistica.





Musei del mare e delle migrazioni

Galata Museo del Mare, Commenda di Prè, Museo Navale di Pegli e Complesso monumentale della Lanterna sono le quattro realtà museali riunite in un'unica struttura strategica del Comune di Genova, il Mu.MA. Nello specifico le strutture che hanno aderito al progetto OpenVicoli sono state Il museo Galata e quello della Commenda.

Fiore all'occhiello del Mu.MA è il Galata Museo del Mare, inaugurato nel 2004, il più grande Museo Marittimo del Mediterraneo che, con il continuo rinnovarsi di allestimenti e tematiche, è diventato un riferimento culturale in tutto il mondo.

La Commenda di Prè, edificio straordinario del 1180 d.C., è stata riaperta nel 2009 per volontà dell'Istituzione, con un allestimento multimediale che ne fa la porta medievale della città. Sarà la prossima sede del MEI, Museo Nazionale dell'Emigrazione Italiana.



Solidarietà e lavoro

Solidarietà e Lavoro è una società cooperativa che opera da trent'anni nel settore della cultura e del turismo. È un'azienda che fonda il proprio operato su qualità e valori quale sintesi tra professionalità, affidabilità e consolidata capacità progettuale.

Solidarietà e Lavoro sviluppa i propri progetti costruendo con efficacia partnership con istituzioni, aziende e privati, lavorando quotidianamente sull'equilibrio tra esigenza d'impresa e crescita del singolo.

Applica competenze e soluzioni innovative nell'ottica dell'integrazione tra cultura, turismo ed economia locale, per la valorizzazione di ogni progetto, attraverso un'organizzazione consolidata e la cura nella ricerca del valore di ogni persona.

Casa museo di Mazzini

Situato nel centro storico di Genova, tra il Sestiere di Prè e quello della Maddalena.

I genitori di Giuseppe Mazzini nel 1794 vennero ad abitare in un piccolo appartamento, situato al primo piano dell'edificio nel quale videro la luce i loro quattro figli.

Grazie alla sottoscrizione promossa dai mazziniani genovesi del "Circolo Giuseppe Mazzini" e della "Confederazione Operaia Genovese", il piccolo appartamento di Via Lomellini dove ebbe i natali Giuseppe Mazzini fu acquistato per istituirvi il sacrario-museo a lui dedicato (1875) e, poi, donato al Comune (1881), che si impegnò a garantirne l'apertura al pubblico.

Il percorso museale dell'oggi – il cui cuore è sempre rappresentato dalla figura di Giuseppe Mazzini – si dipana lungo una dozzina di sale espositive, nelle quali è possibile ripercorrere la storia del Risorgimento italiano.



Associazione Pas à pas

Pas à pas è un'Associazione di Promozione Sociale, che nasce nel 2014 per avvicinare alle diversità, promuovere un modello di coesione sociale e di convivenza pacifica partendo dalla lingua come strumento di conoscenza e scambio reciproco.

A tal fine, le principali attività si sono focalizzate sull'organizzazione di corsi di lingua, italiana e non, e di tutte quelle occasioni di socializzazione e incontro dove la lingua gioca un ruolo fondamentale.

In questo modo la lingua diventa "strumento di prossimità": condividendo una modalità comune di espressione, per conoscersi e avvicinarsi piano piano.





Sc'Art

Sc'Art é un'associazione di promozione sociale che contiene al suo interno "Creazioni al Fresco" e "Re Mida Genova – Centro di riciclo creativo".

L'idea alla base di "Creazioni al fresco" è quella di unire il concetto di reinserimento sociale a quello di riciclo creativo. "Creazioni al Fresco" e' infatti il logo dei prodotti dei laboratori creativi rivolti a donne detenute ed ex detenute che realizzano borse, accessori e complementi di arredo con gli striscioni pubblicitari dismessi e la tela degli ombrelli rotti.

I laboratori attivi sono presso la Casa Circondariale di Genova Pontedecimo e nel Circolo Barabini di Genova Trasta, lo shopping store invece è situato in Vico Angeli, nel cuore del centro storico genovese e traversa della turistica Strada Nuova.



Caruggi a colori

Caruggi a Colori è composto da un gruppo di cinque giovani storiche dell'arte, formatesi presso l'Università degli Studi di Genova, che, dopo aver svolto insieme gli anni di studio, hanno deciso di contribuire attivamente alla valorizzazione e promozione del patrimonio storico-artistico del territorio genovese per poter così condividere l'affetto verso Genova con chi è interessato a scoprirla.

L'obiettivo è quello di coinvolgere chiunque abbia curiosità di scoprire e riscoprire ciò che rese grande Genova nella storia e di rivolgerci in particolare ad altri giovani, con la speranza di avvicinarli alla riscoperta delle proprie origini e costruire così una più solida identità, consapevoli che la conoscenza del passato sia indispensabile per la costruzione del futuro.

Inoltre collaborano con una giovane realtà ricettiva, l'ostello "Ostellin" che fra i suoi servizi offre la possibilità ai turisti di scoprire Genova secondo una prospettiva meno mainstream e più autoctona.

Forevergreen

Forevergreen opera nei settori della cultura e dell'innovazione sociale e dal 2011 si occupa di progettazione, produzione e gestione di eventi e spettacoli dal vivo e di progetti tematici come musica, patrimonio artistico storico-culturale e rigenerazione urbana.

I principali servizi di Forevergreen sono:

- produzione e direzione artistica di festival, eventi culturali, eventi corporate, concerti, dj-set
- organizzazione di workshop, talk e conferenze
- supporto per la comunicazione e la promozione degli eventi

Dal 2011 Forevergreen.fm lavora al progetto Electropark, festival di musica contemporanea e arti visive a Genova e rassegna di musica elettronica per un pubblico seduto a Milano.



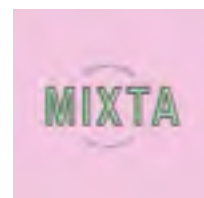
Mixta

È una galleria "fluida", quindi senza una sede fissa, di arte contemporanea, gestita e fondata da artisti, per creare spazi di interscambio culturale, artistico e di ideali e per mettere in mostra la Genova giovane.

Luoghi dove le persone si incontrano e fondono tra loro conoscenze, dove i giovani possono esprimere sé stessi e dare il loro contributo.

L'obiettivo di Mixta è unire i settori delle arti contemporanee, le idee e le persone, ma soprattutto contribuire ad un'aggregazione sociale che alimenta l'interesse per la cultura e per l'arte.

Organizzano "Divago Festival", un insieme di realtà espositive itineranti e un incontro tra arti visive e musica. Le prime edizioni si sono svolte nella famosa strada genovese, già divenuta arte grazie a Fabrizio de André, Via del Campo.





Via del Campo 29 rosso

Il Progetto mira alla conservazione del patrimonio culturale e musicale della "scuola genovese", la sua valorizzazione e la diffusione, come eredità da mantenere viva in tutti i suoi aspetti, incentivando anche le nuove generazioni a raccoglierne l'essenza. L'emporio è un importante riferimento per la ricchezza dei suoi contenuti, ma anche un luogo di incontro e scambio per tutti gli appassionati di De André e della canzone d'autore italiana.

viadelcampo29rosso è quindi un laboratorio culturale e un riferimento per tutte le iniziative creative cittadine, collegate alla musica ed alla poesia, grazie alla collaborazione con gli attori istituzionali, culturali e sociali del territorio, attraverso l'organizzazione di eventi e itinerari tematici, intende promuovere il patrimonio culturale e sociale della città di Genova, facendo conoscere al pubblico gli stretti legami tra Genova, le opere e le vite dei suoi cantautori e poeti.



A.D.E.S.SO - Antimafia, Diritti e Solidarietà Sociale

È un'associazione di promozione sociale, nata dall'iniziativa di diciannove ragazzi e ragazze genovesi.

A.D.eS.So. si pone l'obiettivo di promuovere e stimolare, nel rispetto dei principi tutelati dalla Costituzione della Repubblica Italiana, l'interesse verso la cultura della legalità, l'inclusione e la solidarietà sociale, la nonviolenza, la difesa dei beni comuni, la valorizzazione della memoria storica delle persone che hanno operato contro le mafie.

Si vuole favorire la partecipazione dei cittadini alla vita pubblica, con particolare attenzione ai giovani e alle questioni che coinvolgono la società civile, mirando a costruire una rete di collaborazione tra tutte le realtà sociali attive sul territorio.

Il Melograno



La cooperativa sociale Il Melograno dal 2004 svolge servizi di prossimità alle persone in difficoltà, con l'obiettivo di favorirne l'inclusione sociale e l'autonomia.

Per meglio conseguire le sue finalità, "Il Melograno" ha consolidato una collaborazione operativa, condividendone le finalità, con la Fondazione Auxilium e la Caritas Diocesana di Genova.

La Cooperativa propone i suoi servizi all'infanzia e all'adolescenza con servizi diurni e a domicilio, alle mamme con bambini attraverso una comunità e due appartamenti, a persone senza dimora, immigrate, richiedenti asilo, rifugiate e vittime di tratta, a persone con Hiv/Aids attraverso una struttura dedicata.

Casa della musica



È una Cooperativa Sociale ONLUS.

I Soci sono in prevalenza musicisti che lavorano nella conduzione e nella progettazione delle attività della Cooperativa. Vi sono anche soci che, pur svolgendo altre professioni, contribuiscono a vario titolo nella conduzione della vita societaria.

La scelta di costituire una Cooperativa Sociale è stata guidata da alcuni principi condivisi dal gruppo dei soci fondatori:

- la convinzione che la musica possa essere concepita come espressione del bisogno relazionale dell'umanità rappresentando un elemento fondamentale per l'evoluzione sociale delle società umane.
- l'esiguo numero di cooperative sociali operanti nel campo delle attività culturali in Italia è espressione della mancanza di una cultura in grado di concepire i servizi musicali alla persona come parte fondamentale della crescita individuale e sociale degli individui.



Centro storico ragazzi

Come destinatari dell'attività educativa sono stati individuati i ragazzi e indirettamente le loro famiglie, tra i 7 e i 18 anni, che vivono o frequentano il Centro Storico. La maggioranza dei partecipanti sono di nazionalità straniera, anche se spesso nati in Italia; soprattutto originari di Ecuador e Perù, ma con un non piccolo gruppo di bambini cinesi. Comune denominatore alla gran parte di loro è la situazione di disagio familiare o sociale, il reddito basso, la mancanza di altri riferimenti stabili sul territorio.

Un punto di riferimento quotidiano sul territorio reso possibile dalla disponibilità delle parrocchie e delle associazioni, che hanno assicurato gli spazi e collaborato per la presenza di volontari, e dall'azione degli educatori che hanno svolto il ruolo insostituibile di riferimento e di azione educativa diretta nei confronti dei ragazzi, in coordinamento con le famiglie e le scuole.

Palazzo Ducale - Fondazione per la Cultura



È uno dei principali edifici storici e musei del capoluogo ligure, già sede del dogato dell'antica Repubblica, ha visto completare il suo restauro in occasione delle "Colombiadi" del 1992, con cui vennero commemorati Cristoforo Colombo e il cinquecentenario della scoperta dell'America.

Ospita importanti mostre d'arte, dibattiti e convegni, nei cortili e porticati, negozi e punti di ristoro. Il palazzo è gestito dalla fondazione "Genova Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura che ha suddiviso gli spazi in molteplici funzioni. Al suo interno si possono verificare eventi anche contemporaneamente in spazi dedicati. All'interno del palazzo si trovano anche le sedi di molte associazioni culturali.



ARCI Genova

Una grande associazione popolare. Donne e uomini che hanno liberamente scelto di impegnarsi per promuovere emancipazione attraverso l'autorganizzazione e la partecipazione. Eredi di un'antica tradizione mutualistica e di una lunga storia associativa, quella dei movimenti popolari e antifascisti che hanno contribuito a costruire e consolidare la democrazia italiana fondata sulla Costituzione.

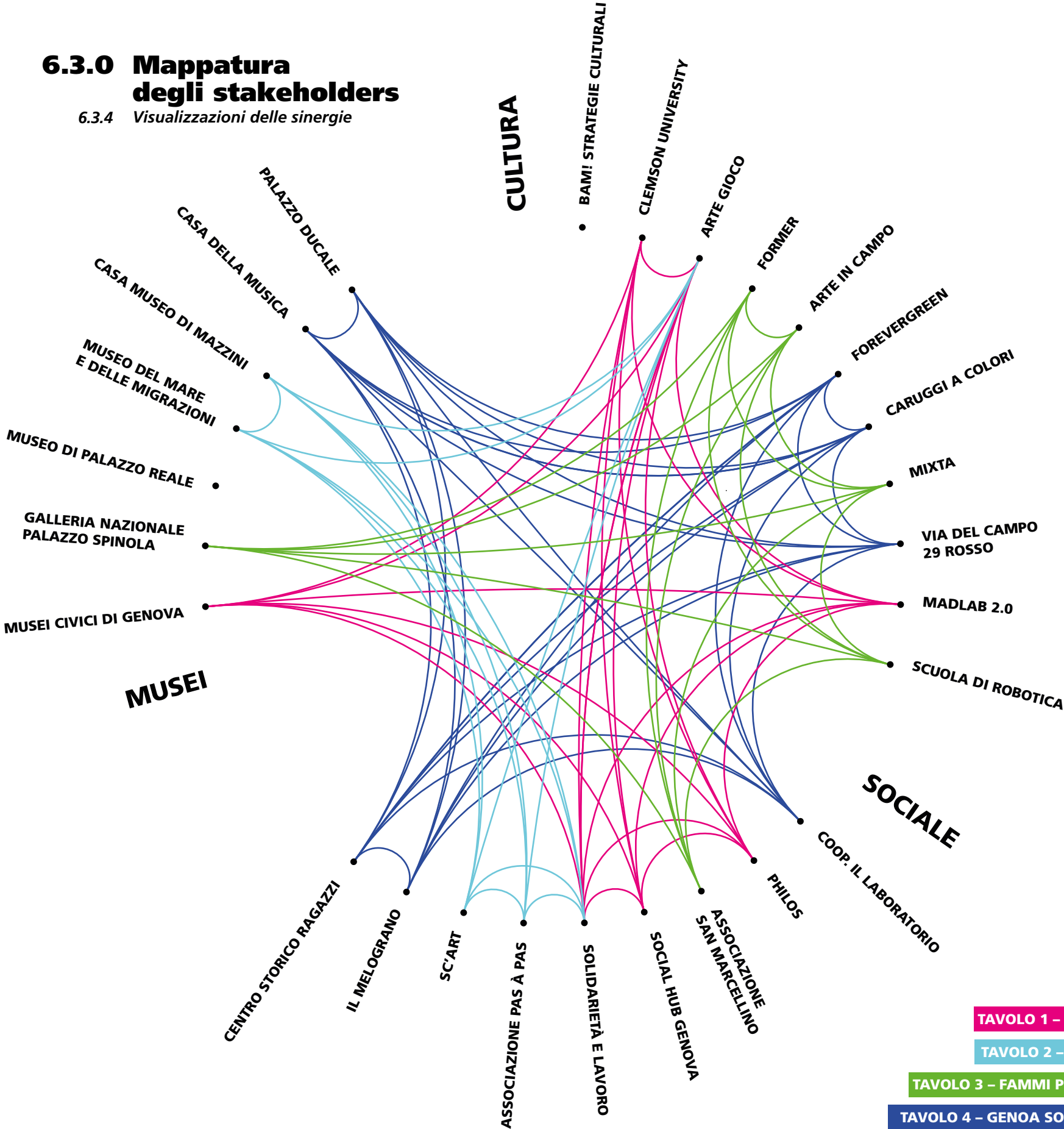
Promuovo e favoriscono l'associazionismo, l'azione collettiva dei cittadini nell'interesse generale. Operano per promuovere il diritto al libero associazionismo, il volontariato, lo sviluppo del terzo settore e dell'economia civile, la sussidiarietà e la piena realizzazione della democrazia partecipativa.

Patrocinato da Comune di Genova

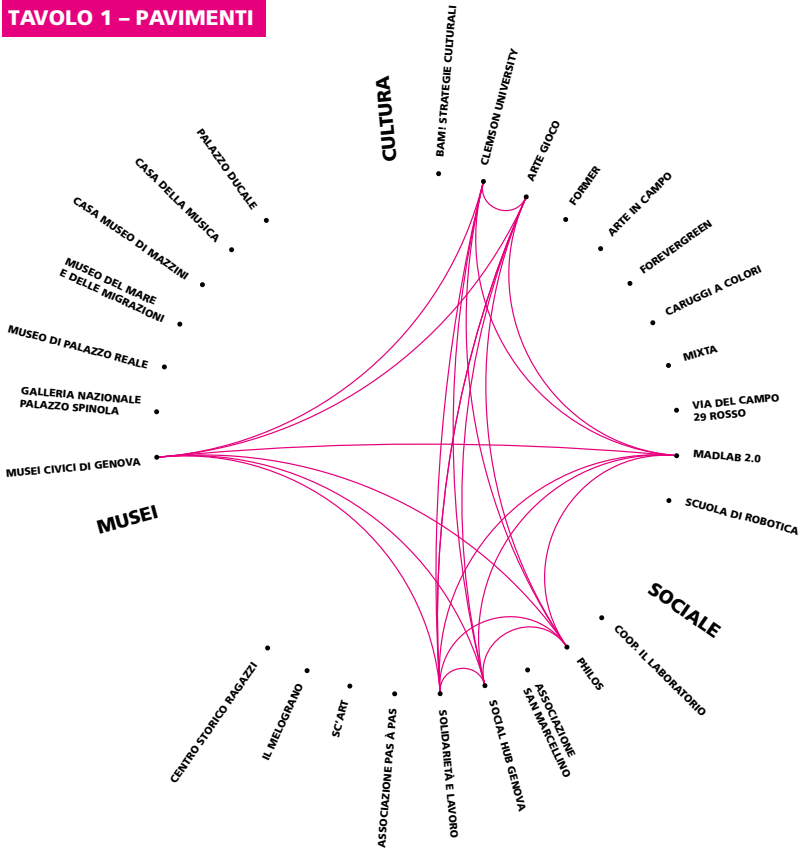


6.3.0 Mappatura degli stakeholders

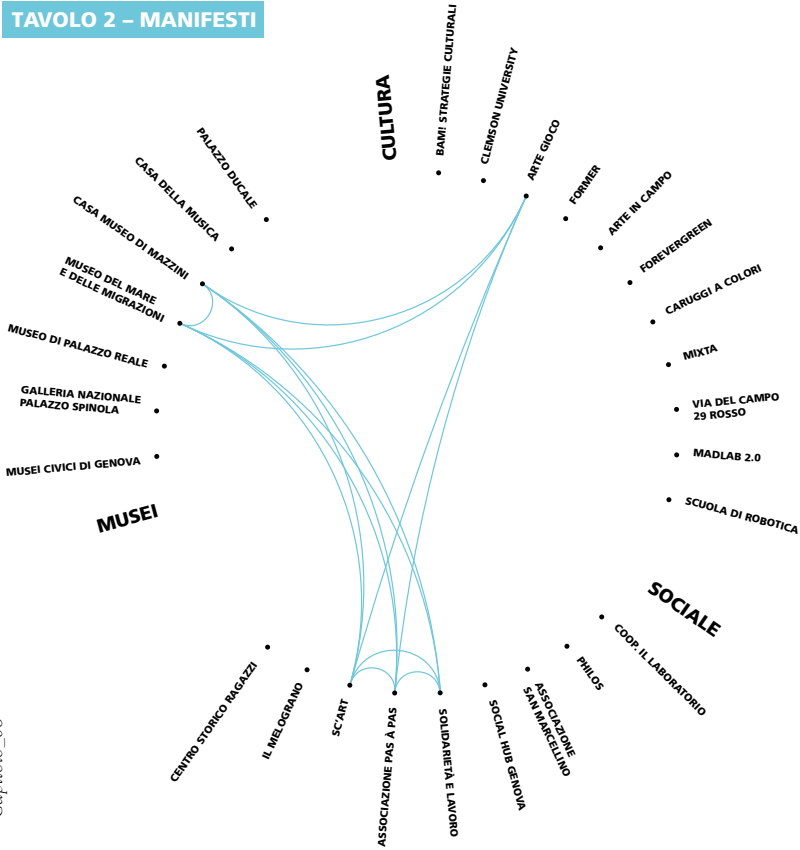
6.3.4 Visualizzazioni delle sinergie



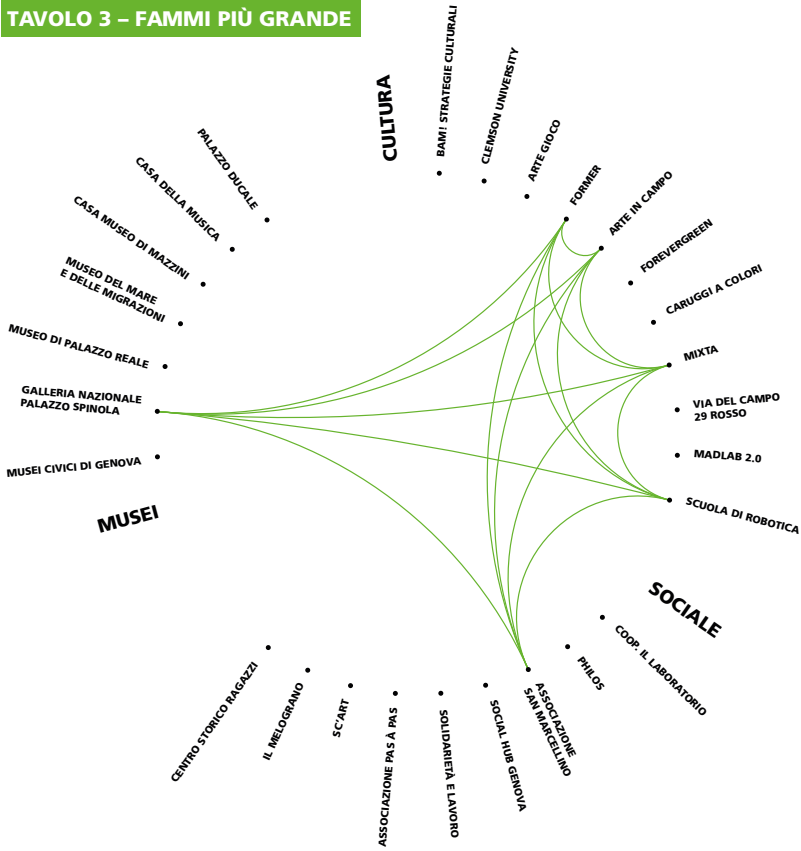
TAVOLO 1 – PAVIMENTI



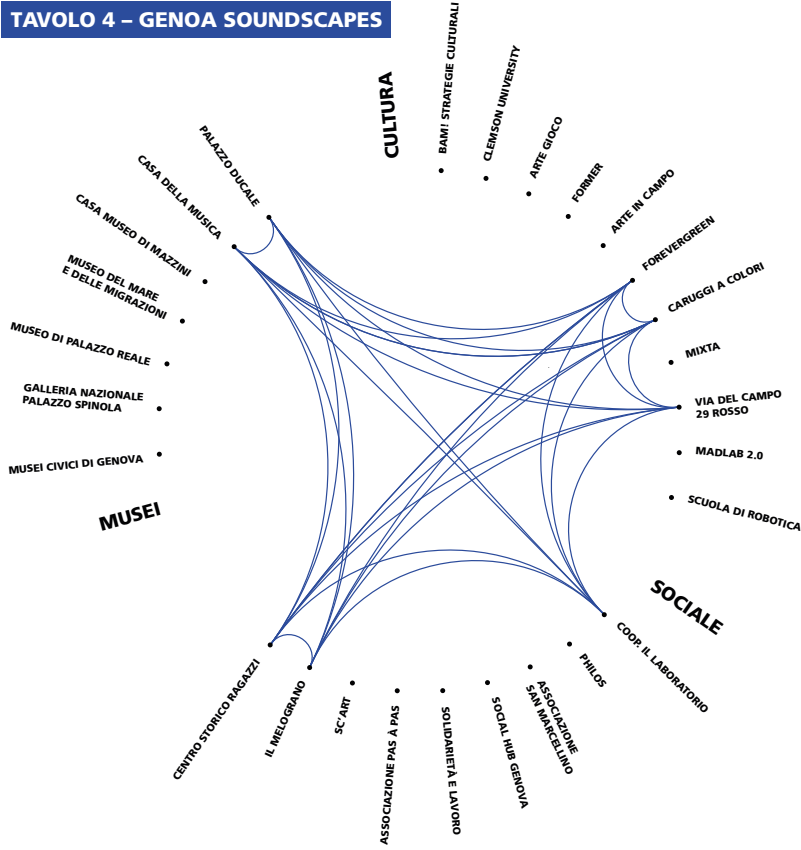
TAVOLO 2 – MANIFESTI



TAVOLO 3 – FAMMI PIÙ GRANDE



TAVOLO 4 – GENOA SOUNDSCAPES



6.4.0 I progetti

6.4.1 PaviMenti

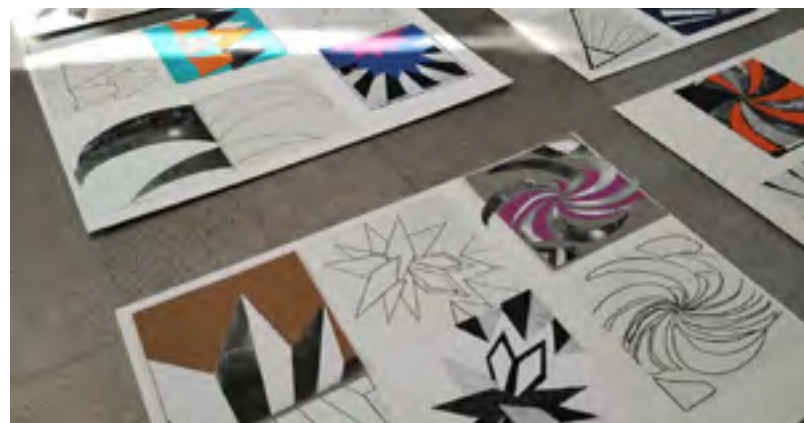
Questo tavolo di lavoro è costituito da: MadLab 2.0 (laboratorio di stampa 3D e robotica umanoide), ArteGioco (realtà genovese che si occupa di formazione munariana attraverso laboratori artistici e pubblicazioni), Musei Civici Genovesi, Solidarietà e Lavoro (cooperativa sociale che gestisce buona parte della didattica dei musei civici genovesi), Philos (Associazione che opera nella ricerca psico pedagogica e nell'assistenza di soggetti con disturbi dello spettro autistico), Clemson University (Università con sede anche a Genova che concentra le sue attività sulla ricerca urbanistica e la progettazione) e Social Hub Genova (incubatore di impresa sociale).

L'obiettivo finale è rappresentato dalla progettazione di un puzzle stampato in 3D ispirato ai pattern delle tarsie marmoree presenti nei pavimenti di Palazzo Rosso (Musei di Strada Nuova).

Le prime fasi del progetto sono consistite nei rilievi e documentazioni fotografiche da parte degli studenti della Clamson University che hanno permesso di poter avere il materiale necessario per iniziare una formazione artistica caratterizzata da una serie di incontri a carattere pratico/laboratoriale capace di sviluppare percorsi visivi e giochi compositivi diretti da ArteGioco attraverso la metodologia pedagogica munariana.

La formazione è mirata a educatori ed a operatori della didattica museale mentre, nella sua seconda fase, coinvolgerà direttamente gli utenti di Philos: bambini/e affetti da spettro autismo.

Il valore sociale di questo progetto è riporre un'attenzione particolare alle esigenze di persone con disturbi dello spettro autistico, rendendo il puzzle finale anche un valido strumento terapeutico, oltre che un originale prodotto di design, che una volta prototipato verrà commercializzato nei bookshop del sistema museale genovese.



6.4.0 I progetti

6.4.2 MANIFESTI

Il gruppo di lavoro è formato dal Galata Museo del Mare, Arte Gioco, Museo del Risorgimento, Pas a Pas (associazione che promuove l'educazione alla diversità e riconosce il valore della lingua come strumento di conoscenza reciproca), Sc'Art Creazioni al Fresco (associazione di promozione sociale che fa laboratori creativi rivolti alle donne detenute presso la Casa Circondariale di Genova Pontedecimo), Solidarietà e Lavoro.

Il manifesto è lo strumento per eccellenza della comunicazione visiva, è stato affrontato da artisti di tutte le tendenze, veicola messaggi, contenuti, immagini. Mette insieme due aspetti fondamentali della creazione artistica: la regola e il concetto. Gli utenti di Pas a Pas e di Sc'Art Creazioni al Fresco, sono stati guidati in una formazione specifica in due itinerari tra gli spazi e le esposizioni dei due Musei coinvolti. Ad ogni viaggio esplorativo corrisponde un laboratorio pratico e finalizzato a produrre un proprio manifesto d'arte, pezzi unici capaci di trasmettere un messaggio. L'obiettivo finale è fornire tutti gli stimoli, i metodi e le tecniche di lavoro ai partecipanti che, guidati da operatori didattici dei musei, sperimenteranno quanto imparato con gruppi di scuole una volta finita la formazione.

In questa maniera è stato possibile abilitare gli utenti delle due associazioni, nel primo caso la stragrande maggioranza sono ragazzi africani emigrati in Italia in cerca di fortuna, mentre nella seconda circostanza donne ex carcerate già reimmesse in percorsi di inclusione sociale. Ulteriore risultato del tavolo è stata la sensibilizzazione di queste cerchie di utenze all'interno delle scuole medie superiori, individuando questi profili come delle figure, in una situazione di difficoltà, ma anche in grado di offrire risorse alla comunità.

I poster finali sono stati presentati in una rassegna espositiva al Museo Galata, ottenendo anche un discreto apprezzamento da parte del pubblico.



6.4.0 I progetti

6.4.3 Fammi più grande

Questo gruppo di lavoro è costituito da San Marcellino (associazione che promuove attività a favore di chi si è trovato in situazioni di grave disagio e di chi non possiede fissa dimora), Galleria Nazionale di Palazzo Spinola, Arte in Campo (associazione che promuove attività legate alla produzione ed alla conoscenza artistica), Former – Formazione e Consulenza – e Scuola di Robotica. Il tema gravita sull'immagine di sé, del proprio ruolo nella società e del proprio status sociale. Il titolo richiama "Who is Who", serie di pubblicazioni in cui sono registrate notizie biografiche e altre informazioni utili sulle persone che contano. L'obiettivo è far scoprire agli utenti di San Marcellino come venivano rappresentate le grandi famiglie genovesi attraverso una serie di visite guidate, all'interno della Galleria Nazionale di Palazzo Spinola. L'ambiente, lo sfondo, i vestiti, le allegorie, gli animali simbolici, sono stati gli spunti per far comprendere come all'epoca veniva comunicato il proprio status sociale. I partecipanti saranno invitati, attraverso percorsi laboratoriali, a rappresentarsi in chiave pittorica e fotografica mostrando le differenze tra la comunicazione visiva di ieri e di oggi, tra chi conta e chi crede di non contare, finalizzato alla riappropriazione della percezione del sé.

Durante un incontro intermedio si è confrontato su quanto gli utenti hanno imparato grazie al percorso di formazione artistica sul programma dei laboratori condividendo suggestioni e proposte, in modo da migliorare l'affiatamento del gruppo di lavoro e per sperimentare nuove formule comunicative che avvicinino diversi pubblici ai musei. In un'altra occasione si è svolto l'happening di #FammipiùGRANDE che ha dato il via ai laboratori di pittura e poesia, dove si è dipinto, parlato e scritto attorno al tema della mostra che verrà organizzata nel mese di maggio che si terrà a Palazzo Spinola per diffondere un'immagine inedita del museo, filtrata attraverso gli occhi di un gruppo di visitatori inusuali.



6.4.0 I progetti

6.4.4 Genoa soundscapes project

Il quarto progetto è incentrato su una proposta musicale d'avanguardia che mira a rivitalizzare il tessuto urbano della città, attraverso un festivalin declinato in modo che possa essere anche un atto di responsabilità civica.

L'associazione capofila di questo tavolo è ForeverGreen, che organizza Electropark, un festival di musica elettronica nato nel 2012 da un gruppo di, allora, under 30 a Genova. La manifestazione, ormai giunta all'ottava edizione, si snoda tra Villa del Principe, La Commenda di Pré e il Porto Antico – e nel tempo ha saputo dare vita al racconto originale della città, valorizzandone il variegato tessuto urbano e culturale, targettizzando il proprio pubblico sulle generazioni più giovani, che attraverso la musica elettronica, hanno la possibilità di scoprire e riscoprire luoghi percepiti come accessibili esclusivamente ad un pubblico turistico.

mettendo in risalto il patrimonio artistico storico degli spazi in cui il festival si svolge tra spazi storico-culturali, come musei, collocate tra le aree più difficili del centro storico, che diventano finalmente "luoghi" grazie a un'azione che è insieme culturale e civica.

La rigenerazione urbana è una delle linee guida del progetto, l'autentico core business di Electropark. Una linea che si espleta grazie agli eventi collaterali del festival, nati con il preciso intento di attivare e coinvolgere i diversi pubblici e le comunità che vivono quotidianamente nel cuore di quello che rappresenta uno dei centri storici più grandie popolosi d'Europa.

Il progetto di Elettropark all'interno di OpenVicoli è "Genoa Soundscape Project", una serie di workshop di field recording, curato da Rinaldo Marti, in cui sono stati e saranno esplorati in cui saranno esplorati i paesaggi sonori dei luoghi rappresentativi del festival e altri luoghi in un percorso che connette i quartieri di Pré, Maddalena e Porto Antico.



Credits: Ph. Silvia Aresca



Credits: Ph. Silvia Aresca



Credits: Ph. Silvia Aresca



Credits: Ph. Silvia Aresca



Un festival da ascoltare e da vivere "dentro" la città che lo accoglie: «Riappropriarsi di luoghi sottoutilizzati e valorizzare le relazioni è la missione che guida la nostra azione come operatori del settore e come cittadini, e legittima in un certo senso il nostro ruolo come un ruolo di responsabilità che potrei definire politico – nel senso di polis, città. In questo quadro, Electropark vuole collocarsi sempre di più come un'originale proposta culturale internazionale e, insieme, come veicolo di sviluppo territoriale attraverso la cultura.



Alessandro Mazzone - Cultural Project Manager presso Forevergreen.fm

Alessandro Mazzone

Tra i più inattesi panorami possibili, il battito del centro medievale, l'incessante lavoro degli artigiani e le persone delle diverse comunità saranno oggetto di indagine, tramite i suoni ambientali e di ascolto immersivo come realtà aumentata; il progetto quindi porterà alla costruzione di un'inedita mappa sonora della città, che diventerà accessibile al pubblico, attraverso QR code che verranno disseminati per la città.

"Tutti a Prè" è il primo, di una serie di eventi che saranno realizzati nelle aree precedentemente citate e lungo tutta la via principale di Prè, dove sono stati esposti i primi risultati di Genoa Soundscape Project, in una giornata che ha integrato anche altri eventi di intrattenimento, come giochi e laboratori a misura di bambino e visite artistico culturali alla scoperta della storia di Prè per gli adulti. Organizzato dal tavolo di lavoro "TERRITORIO", di cui fanno parte Il Melograno Coop. Soc., Il Laboratorio Coop. Soc., Centro storico Ragazzi, Caruggi a Colori, Solidarietà e Lavoro, Museo Di Palazzo Reale in collaborazione con il Museoteatro della Commenda.

Tutti a PRè

Laboratori, giochi, passeggiate nella storia di Prè, esposizioni artistiche

GIOCHI
per bambini 6-11 anni
tre turni per ogni gioco: inizio ore 15.00, 16.00 e 17.00

- 1. Piazza Marinelle**
Hockey in bottiglia
- 2. Vico Macellari**
Palla navale
- 3. Piazza Sant'Elena**
Scacchi viventi

VIDEO
I bambini del C.A. "La Staffetta", del "Formicaio" e il "Centro Storico Ragazzi" raccontano il Museoteatro della Commenda attraverso disegni animati

- 8. Museo Teatro della Commenda**
- 5. C.A. La Staffetta**

LABORATORI
per bambini 6-11 anni
tre turni per lab: inizio 15.00, 15.45 e 16.30

- 4. Truogoli di Santa Brigida**
Lab. di pittura di teli e lenzuoli
a cura del "Circolo City Strike-Potere al popolo"
- 5. C.A. La Staffetta, vico delle Marinelle 6r**
Lab. di percussioni e caperia
a cura di "Capoeira Beribazu Genova"
- 6. Terrazza superiore C.A. La Staffetta**
Lab. di costruzione di stemmi sugli scudi
a cura degli Scout Genova 26 e Genova 5
- 7. Sede CSR, Scout26, piazza delle Marinelle**
Lab. di Fiabe dell'Africa
a cura di Francesca Ottaviani, ass. "Andandò"

OPERE ESPOSTE
nelle vetrine di molti negozi di Via Prè.
Dai disegni dei bambini al field recording del progetto **Genoa Soundscape project**

MERENDA

- 4. Truogoli di Santa Brigida**
cioccolata calda, ore 18.00
offerta dal ristorante i2Truogoli

PASSEGGIATA NELLA STORIA DI PRÉ
due turni: inizio ore 14.30 e 16.00

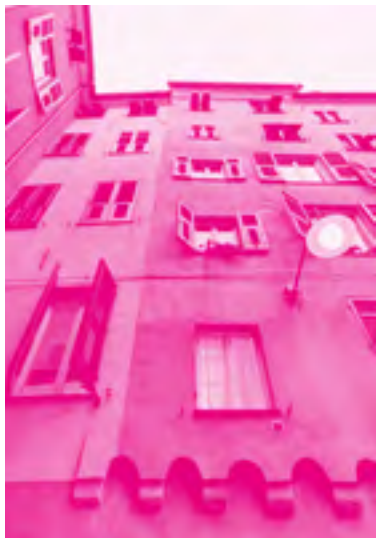
- 9. Da Porta del Vacca al Museo della Commenda**
a cura delle Dott.sse Giannotti e Scasso (ass. Caruggi a Colori)

Sabato 9 Novembre 2019
ore 14:30-18:30

Con il sostegno di

Locandina dell'evento





CAP-

ITO-

LO

07

Conclusioni

7.1.0 Esiti

7.1.1 Risultati attesi e risultati ottenuti

Il modello di sviluppo dell'ecosistema urbano deve rispondere in modo coerente alle sollecitazioni interne ed esterne e diventare un modello di sviluppo urbano sostenibile

Quante vocazioni può avere una città? E quante identità? Quante organizzazioni? Quante comunità? Quante reti di reti? Quante sollecitazioni esterne e/ interne?

1 Baraldi, C., Corsi, G., & Esposito, E. (1996). Luhmann in Glossario. I concetti fondamentali della teoria dei sistemi sociali (pp. 17-253). FrancoAngeli.

2 Maturana, H. R., & Varela, F. J. (1985). Autopoiesi e co-gnizione: la realizzazione del vivente. Marsilio editori.

Secondo Luhmann¹, un sistema sociale deve essere visto come un organismo piuttosto che come una macchina, è che la vita della stessa dipende dalla sua tenuta relazionale interna, oltre che dagli affari esterni ed è esclusivamente supportata dalla comunicazione (sinapsi). Questa è la trasposizione in campo sociale della teoria autopoietica di Maturana², per cui ogni organismo, in primo luogo, difende la propria organizzazione o struttura interna di relazioni e le componenti di un'organizzazione partecipano strumentalmente dell'unità di cui fanno parte.



3 www.che-fare.com/mutualita-ornitorinco

Oggi lo prendiamo come indizio di una nuova forma di mutualità, che siamo tentati di chiamare mutualità dell'ornitorinco, prendendo a prestito, da Eco, lo spunto. L'ornitorinco, ci dice Eco in Kant e l'ornitorinco, è quell'animale che fa saltare la tassonomia gerarchica fatta ad albero, cioè quella che organizza il mondo in generi e specie. Ha le mammelle, ma fa le uova (e ha pure il becco).³

Gaspare Caliri

Calato in un sistema urbano, rappresenta un'evoluzione ulteriore, rispetto alla Smart city, nasce dalla esigenza di rispondere in modo coerente alle sollecitazioni causate da eventi critici come gli shock improvvisi (es. Ponte Morandi, Genova) e le condizioni di stress cronico (costante decrescita demografica, Genova) per diventare un modello di sviluppo urbano sostenibile. Questo cambiamento apre nuove opportunità per agire e incidere in modo proattivo ed integrato sulle politiche sociali, ambientali ed economiche, ponendo il livello di attenzione e di necessità scandito dagli effetti dei grandi cambiamenti in atto.

Questa predisposizione alla resilienza, quindi, non implica solo strategie di risposta e adattamento ma anche percorsi trasformativi atti a migliorare la città il suo territorio sia durante le sue fasi negative in quelle positive, traguardando politiche di governance e prevenzione attraverso un processo che richiede lo sviluppo di conoscenze, flessibilità, differenziazione, integrazione, inclusività, migliorando i servizi e risparmiando risorse secondo la logica di una visione olistica d'insieme dei benefici sociali, economici e fisici.

Il concetto di Smart city e quello di Resilient City, benché fortemente interconnessi non sono coincidenti e non vanno confusi. Se è vero che gli strumenti "intelligenti" aiutano la città a divenire resiliente, questi non la rendono automaticamente tale. Infatti, punta sull'efficienza e quindi sull'eliminazione delle ripetizioni che rappresentano un costo per la comunità, la città resiliente presenta caratteristiche di ridondanza e diversità, valorizzando la creazione di alternative e puntando a prevenire le situazioni di stress e di shock per le sue comunità a garanzia di alti standard di qualità.

I diversi trend o nomenclature di differente natura come Smart, SeanseAble, Resilient, e via scorrendo devono comunque puntare su fattori e valori di innovazione e di evoluzione proattiva, guardando con attenzione e contribuendo alla creazione di una "Human City"⁴, una città a misura d'uomo in cui l'essere umano sarà al centro di un ecosistema più vivibile studiato appositamente per rendergli la vita migliore, in modo da evitare il depauperamento ulteriore di risorse e permettere

4 www.humancities.eu/event/publication-challenging-the-city-scale-2014-2018-investigation/

un rinnovamento dell'ambiente urbano a favore di alti standard di qualità della vita.

Proprio questo è stato il focus del lavoro di ricerca, attraverso lo studio delle dinamiche socio-culturali che creano valore condiviso e azioni partecipate del territorio genovese. Si è definita una mappatura degli hub ed epicentri culturali della città, dove ferve l'approccio collaborativo, e che crea ecosistemi favorevoli per lo sviluppo innovativo della socialità e che rende, quindi, le condizioni favorevoli, in modo che a partire da alcune realtà virtuose, gli attori del territorio si mobilitino in questa direzione, ottimizzando le sinergie di ciascun ambito ed evolvendo coerentemente gli uni con gli altri.

In questo modo, come espresso da Bistagnino, le singole parti del sistema si intrecciano formando una rete virtuosa (autopoietica) di relazioni tra le diverse tipologie di flussi di materia, energia e informazione.⁵

Queste modalità potrebbero e dovrebbero essere l'antidoto all'ininterrotto decremento demografico degli ultimi 30 anni e il perenne incremento del saldo over 65/under 18 che ha portato la città quasi al punto di "non ritorno". Le cause sono molteplici e non sono eliminabili con la bacchetta magica, ma senza dubbio dopo anni di promesse bipartisan mai mantenute dopo le diverse tornate elettorali, bisogna lanciare iniziative che mettano al centro la cooperazione tra i vari attori dell'innovazione sociale, facendo interagire le Pubbliche Amministrazioni con le imprese che devono utilizzare meglio gli strumenti del welfare aziendale (che vanno potenziati e incentivati di più) e con il Terzo Settore, che possono fornire i servizi e migliorare anche le sinergie con le iniziative dei cittadini nel campo dei progetti di mutuoaiuto nello spazio urbano.

Lavorare sul piano del rilancio demografico, nell'ambito di una economia che sia più sostenibile da un punto di vista ambientale e meno distruttiva dei rapporti sociali, non è un optional di cui discutere a cena. È una emergenza dalla cui soluzione dipende il futuro di questo mondo e di questo Paese.

5 Bistagnino, L. (2016) *microMACRO, micro relazioni come rete vitale del sistema economico e produttivo*. Milano: Edizioni Ambiente.

Human city

SenseAble city

Resilient City

Smart City

Digital City

7.1.0 Esiti

7.1.2 Risposta alle domande di ricerca

In conclusione al lavoro di ricerca, si può affermare che le pratiche di connessioni fra diverse realtà di un dato contesto si devono interlacciare necessariamente attraverso rapporti di sinergia reciproca, con la volontà di avere una collaborazione reale che rispecchi le necessità di tutti gli stakeholders che partecipano alla vita collettiva.

Il benessere di una comunità deriva da collegamenti umani in primis, che sviluppandosi possono diventare rapporti di fiducia, condizione non scontata in una società e in un tempo come il nostro, fatti di divisioni, scontri e dove la sfera digitale, da un lato rende l'essere umano un "sapiens digitale", quindi un essere umano aumentato, ma dall'altra parte esponenzializza anche le fratture.

Questa duplice esistenza del singolo, e di conseguenza della comunità, deve essere consapevolizzata in una società plurale come quella contemporanea: la sfida è impegnativa perché le tecnologie hanno dimostrato da tempo di essere più veloci dei decisori politici (cfr capitolo 5). I policy makers sembrano oggi chiamati ad offrire un quadro di regole certe e alcune decisioni a "prova di futuro", pensate cioè per accompagnare l'evoluzione tecnologica, massimizzandone i vantaggi sociali. Dalle best practices si passa così all'idea di best policies che devono sapersi confrontare con il reale contestualizzato nella sfera urbana.

Accanto ai decisori politici, un ruolo fondamentale è quello dei cittadini che devono formare e accrescere le proprie competenze empatiche, ma soprattutto la consapevolezza dei mutamenti in atto, rendendo favorevole l'ecosistema sociourbano. La collaborazione rende più agevole portare a compimento determinati obiettivi condivisi e la condivisione può sopperire a eventuali carenze individuali. Essa è insita nei geni di tutti gli animali sociali: collaborano insieme per re-

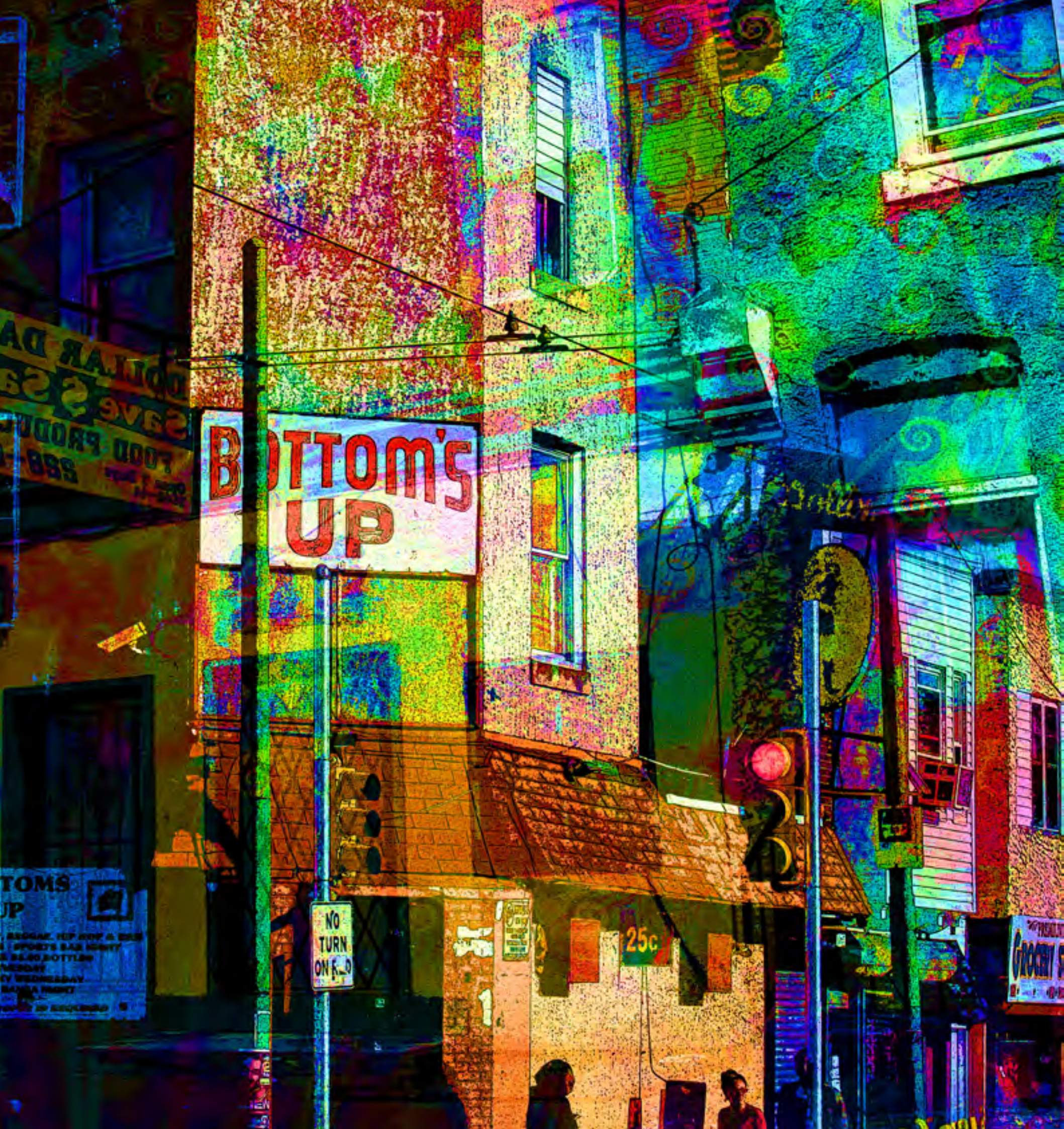
alizzare ciò che non riuscirebbero a fare da soli. Questo fenomeno, come analizzato da Sennett,⁶ viene vista come un'arte e come un mestiere, che richiede alle persone abilità di comprendere e rispondere emotivamente agli altri allo scopo di agire insieme. Sempre in "Insieme", Sennett definisce due campi "da gioco" in cui avviene il confronto proficuo:

- Nella dialettica il gioco verbale di tesi e antitesi dovrebbe gradualmente costruire una sintesi. La meta è quella di arrivare alla fine di una definizione comune. L'abilità del fenomeno dialettico consiste nel saper cogliere il possibile punto d'incontro, e quindi trovare il terreno comune, venendosi incontro.
- Nella conversazione e nel confronto dialogico, la comunicazione non si risolve trovando un terreno comune, ma lo scopo è ampliare le conoscenze, attraverso un processo sinergico di scambio dove ognuno espone sua tesi, gli individui possono prendere coscienza delle proprie opinioni e uscire dai propri schemi mentali, ampliando le proprie vedute. In questa situazione non importa la prevaricazione della propria tesi contro quella di un altro ma importa suscitare un coinvolgimento critico evidenziando le differenze per porre degli obiettivi comuni.

Questi scambi si presentano in molte forme, nella dimensione di realtà urbane, e talvolta la collaborazione può combinarsi con la competitività (anche durante le fasi di ricerca osservante e partecipata sul progetto OpenVicoli si sono manifestati sentimenti di questo tipo), il che non deve implicare necessariamente un'accezione negativa al processo, ma porre in evidenza le differenze, non suscitando confronto invidioso, ma divenendo contributo base se sussiste un interesse comune e un legame emotivo che spinge all'azione.

La polarizzazione innescata da questi cambiamenti, in molti ambiti sociali ed economici, fa emergere la necessità di accompagnare questa transizione, con l'obiettivo di preservare l'equità e la stabilità sociale in uno scenario di crescente complessità.

⁶ Sennett, R. (2014). *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione* (A. Bottini, Trad.). Milano: Feltrinelli.



SAVE \$2.99
FOOD PRODUCT
888

BOTTOM'S
UP

TOMS
UP
REGGAE, HIP HOP & DISCO
SPORTS BAR NIGHT
\$6.00 BOTTLES
WEDNESDAY
WEDNESDAY
WEDNESDAY
WEDNESDAY
WEDNESDAY

NO
TURN
ON RED

25c

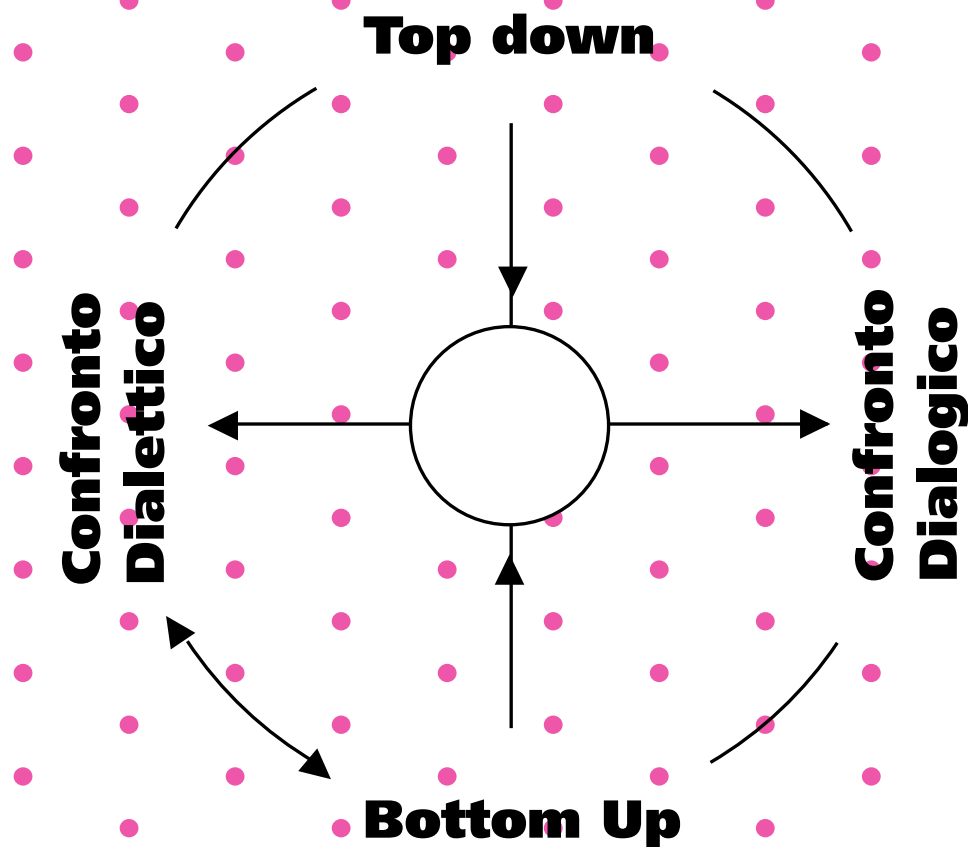
GROCERY

Nei casi studio citati e nella sperimentazione portata avanti in prima persona è emerso che le dinamiche che reggevano e reggono questo tipo di sistema coesistono in contemporanea su linee parallele nella complessità di uno stesso processo urbano, contaminandosi e in continuo divenire, scaturito dal susseguire di azioni mirate al raggiungimento di uno stesso obiettivo.

Questi processi sono di natura orizzontale (immagine a lato) ed avvengono in due diverse fasce sociali della realtà urbana all'interno delle proprie cerchie cittadine, con attitudini spesso divergenti. Con un approccio urbano verticale, top-down, un progetto, un'iniziativa, un evento nasce dalla visione dell'amministrazione, o comunque da enti di grande natura economica-finanziaria portatori di ingenti risorse e capitali, dove la comunità non ha la possibilità di esprimere la propria opinione o di collaborare al suo sviluppo progettuale. A differenza della spinta dal basso, che caratterizza l'approccio bottom-up, la quale si basa su due aspetti fondamentali: il pieno coinvolgimento della comunità locale nel processo di sviluppo dell'iniziativa e la piena fiducia nelle persone e nelle loro capacità di percepire i problemi dei luoghi in cui vivono e di proporre ed elaborare soluzioni per risolverli.

Ad ogni modo è necessario sottolineare che il discorso è più complesso di questa dicotomia e include anche altre variabili: ad esempio nel top down esiste anche un ruolo di chi non fa parte del processo decisionale. Altresì, essere fruitori di un servizio pensato dall'alto non necessariamente deve assumere una connotazione negativa.

Comunque bottom up e top down, nella dimensione urbana, sono due espressioni che richiamano una contrapposizione ancora forte nella cultura italiana (salvo alcuni casi di eccellenza come visto precedentemente) che si esprime al meglio con le forme di movimenti nati dal basso. Durante gli anni del dottorato di ricerca, ho potuto evincere questa spaccatura molto chiaramente nella realtà genovese, transcendendo le tendenze partitico-politiche o le tradizioni storico-culturali, le realtà conosciute e analizzate da entrambe le posizioni ancora faticano a convergere.



Un punto d'incontro fra queste due visioni di partecipazione e d'azione per la città è fondamentale, ma non è detto che abbia una posizione definita nel diagramma che ha come variabili cittadini e Pubblica Amministrazione. Il loro incontro e sincretismo è necessario per il raggiungimento di obiettivi compatti e condivisi, per implementare e generare visioni che, in primis, fomentino non il conflitto ma la collaborazione nel pensare come rendere efficienti ed efficaci gli interventi per migliorare i propri spazi di vita quotidiana urbana, di socialità e stile di vita.

La comunità, deve essere intesa come tale, un insieme di persone che vivono il territorio ed attraverso la reciprocità di scambi economici, relazioni dirette o allargate in associazione, sono creatori e fruitori dell'evenienze sociali.

Il passaggio da una "responsabilità singola e/o individuale" ad una "responsabilità collettiva" ha l'obiettivo di accompagnare le istituzioni e le organizzazioni (pubbliche e private, profit e no profit) in un percorso di costruzione condivisa dove le giuste istanze economiche vanno coniugate con le attenzioni sociali e ambientali nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.

A Genova le attività culturali e sociali devono essere il motore della rigenerazione urbana perché spesso agiscono su contesti in cui le grandi economie faticano ad arrivare. Perciò il lavoro di connessione del tessuto sociale, tramite pratiche e azioni leggere, risulta il metodo più veloce per agire nell'immediato e sul reale, senza dover aspettare i mastodontici tempi della burocrazia e del reperimento di fondi finanziari per la riqualifica di una zona, contrastando le implicazioni dei già citati fenomeni di "disneylandizzazione" e di "gentrificazione" (Cfr. Cap1 e Cap4). Nei diversi quartieri della città diventano incisivi e fondamentali degli hub, sia fisici che digitali, luoghi aggregatori che diventino epicentri culturali (Tartaglia, 2019) per la creazione di queste connessioni, un posto dove, soprattutto i giovani e giovanissimi, si riscoprono e si coltivino valori d'identità ed inclusione attraverso iniziative e meccanismi autogenereativi e autopoietici. Per il mondo della formazione della nostra disciplina è diventa-

to necessario uscire dalla sfera accademico-aziendale per confrontarsi con il mondo reale e per formare future generazioni di progettisti in grado di saper leggere lo stato delle cose.

Riconoscere anche il ruolo del design in un contesto accademico urbano vuol dire generare nuove categorie più adeguate per interpretare la complessità uscendo da una autoreferenzialità che è spesso anche assenza di scambio e contaminazione e ha poco a che vedere con la vita ordinaria degli abitanti (Cellamare, 2016)⁷ e talvolta vista dagli stessi come pratiche fini a se stesse, lasciate nella dimensione del possibile senza uno sbocco applicativo nel mondo reale. Ciò significa rendere consapevoli i giovani che sono parte della città e non solo succubi di ciò che sta accadendo nella loro realtà, diventando movimentatori sociali e portatori di interesse capendo già in età formativa quali sono le politiche di governance di una città.

7 Cellamare, C. (2016). *Leggere l'abitare attraverso l'interdisciplinarietà e la ricerca-azione. Territorio.*

Ci sono due pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: "Salve, ragazzi. Com'è l'acqua?" I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa "Che cavolo è l'acqua?" []

[] Ma per favore, non liquidate questo discorso come il sermone del solito professore che agita il dito. Niente di ciò che ho detto ha a che vedere con la morale, la religione o i dogmi. Riguarda la semplice consapevolezza di quello che è così vero ed essenziale, così nascosto in bella vista attorno a tutti noi, che dobbiamo continuare a ripeterci costantemente:

«Questa è l'acqua, questa è l'acqua»⁸

David Foster Wallace

"David Foster Wallace si procurò la metafora dei pesci e dell'acqua per proporre, attraverso il suo inconfondibile tratto, che la libertà di cosa pensare è l'unico strumento che ci salva da una vita dove «siamo così maledettamente presi da noi stessi che abbiamo perso di vista il mondo. Siamo come pesci che nuotano in quell'esasperato "egocentrismo naturale" in cui tutti siamo immersi senza essere in grado di vederlo» (Massarenti, 2009, p. 25)" Saglietti, M., (2016). Kids grow up when participating. The everyday co-evolution of social educators and out-of-home children in group homes./ I ragazzi crescono partecipando. Il quotidiano co-evolversi di educatori e ragazzi costruendo comunità per minori. Animazione Sociale. 302.

8 Trascrizione del discorso di David Foster Wallace per il conferimento delle lauree tenuto al Kenyon College (Gambier, Ohio), 21 maggio 2005 - Wallace Foster D., (2009). Questa è l'acqua, Einaudi, Torino.

7.1.0 Esiti

7.1.3 Obiettivi raggiunti

Indisciplinati sono dunque i saperi urbani che nella piazza si raccolgono come le questioni urbane, in quanto "la città" non si lascia addomesticare da una singola disciplina o caratterizzare da una singola pratica. Pensare l'interdisciplinarità "in the open" significa allora confrontarsi con le questioni vive, del presente della città: cioè con i conflitti sugli spazi, le decisioni sulle trasformazioni, le tensioni sui futuri urbani possibili, i problemi che convocano e riempiono quella piazza di cui sopra. La città indisciplinata è una città in continua trasformazione.⁹

Ferdinando Fava

9 Cagnetti, F., & Fava, F. (2017). *La città indisciplinata. Note per una agenda di ricerca. Tracce Urbane. Rivista Italiana Transdisciplinare di Studi Urbani*, No 1 (2017): Abitare/Dwelling. https://doi.org/10.13133/2532-6562_1.11

10 Crosta, P. L. (2013). *Dalla parte dell'università. Territori*, n.66, pag.23-25, FrancoAngeli

Come anticipato in precedenza, rispetto a questioni di formazione e didattica della disciplina del design, parimenti risulta d'uopo fare una riflessione mirata a delineare quali siano i nessi tra ricerca scientifica e azione pubblica: Pierluigi Crosta (2013) pone l'interrogativo "quando è utile la ricerca", rispondendosi "quando è utilizzabile e/o utilizzata nella costruzione di politiche";¹⁰ dove per politiche, come già visto in precedenza, si intende una pletora di ambiti interdiciplinari e la relativa possibilità di generare forme di trattazione di problemi di natura pubblica.

Il contesto urbano sta evolvendo in un'arena di attori sempre più complessa, popolata da molti soggetti che in nome del rapporto che essi hanno con la città e il territorio sono legittimati o intendono essere riconosciuti come portatori di un sapere urbano che trascende la sfera teorica scientifica per immedesimarsi nel reale con spirito proattivo a problematiche concrete.

Sul piano operativo e pratico non viene posta più alcuna attenzione alla separazione dei saperi. La distinzione, piuttosto, persiste nel campo della ricerca accademica, legata al funzionamento dei corsi di studio e di valutazioni scientifiche, dove questa prospettiva di cooperazione appare ancora priva di concrete possibilità di sviluppo. La padronanza dell'urbano contemporaneo, in questa pro-

spettiva, chiama in causa modi di pensare, coscienza collettiva e "sapere comune", in un processo di scambio e di influenza reciproca. Perciò, come affermano Fava e Cagnetti,¹¹ lavorare sull'interdisciplinarità significa partire dall'indisciplinato, cioè non solo dai saperi urbani interni alla accademia, ma anche dalle interrogazioni che lo spazio urbano solleva in piazza.

L'università, pur nelle differenze che la caratterizzano in quanto istituzione plurale che persegue una varietà di strategie e obiettivi – come già sottolineava Kerr con il noto termine 'Multiversity' – può essere genericamente intesa come una risorsa fondamentale per la città e la sua crescita.¹² Questa palesa la riflessione relativa alle vie di "utilità sociale" dell'Università, cercando le strade per un avvicinamento a grandi temi di natura sociale attraverso la costruzione di un circolo virtuoso tra ricerca, didattica e interazione con le politiche-pratiche.

Da un lato trovare le strade per colmare la distanza tra università e questioni sociali-territoriali attraverso la costruzione di percorsi di avvicinamento ai problemi e di dialogo con la società;¹³ dall'altro portare innovazione nel campo della didattica e della ricerca mettendo a punto una offerta che si misura con situazioni reali e sviluppa competenze che nascono dal confronto con le pratiche, modificando il codice stesso della formazione universitaria, per riconoscere le istanze del territorio contemporaneo, che richiede di forgiare nuove definizioni e di riconoscere pratiche di ricerca emergenti distinte da quelle madri pur essendo da queste dipendenti.

La prospettiva è quella di una terza missione il cui campo di intervento è il public engagement, attraverso l'idea che l'università assuma delle nuove responsabilità sociali legate al suo specifico ruolo di soggetto che produce conoscenza e ambiti di apprendimento (Cagnetti, 2013), grazie all'attivazione di studenti e docenti su grandi questioni di natura urbana e sociale. Il radicamento in un contesto reale, essenziale per l'andamento di queste esperienze, è generativo di nuovi ambiti di formazione legati a pratiche di apprendimento sviluppate a stretto contatto con situazioni concrete: permette di praticare «rotte poco battute» (Ceccarelli, 2012)

11 Cagnetti, F., & Fava, F. (2017). *La città indisciplinata. Note per una agenda di ricerca. Tracce Urbane. Rivista Italiana Transdisciplinare di Studi Urbani*, No 1 (2017): Abitare/Dwelling. https://doi.org/10.13133/2532-6562_1.11

12 Kerr, C. (1963). *The idea of a multiversity. The uses of the university*, 5, 1-45.

13 Cagnetti, F. (2013). *La third mission dell'università. Lo spazio di soglia tra città e accademia. Territorio. FrancoAngeli*.

7.2.0 Applicazioni

7.2.1 DESIS LAB UNIGE



— Proprietà dell'Università di Genova
— Proprietà del Comune di Genova



Aree verdi della zona

14 Gazzola, A., 2003, *Trasformazioni urbane: società e spazi di Genova, Napoli: Liguori*

15 www.inventati.org/spazio-libero

L'Università di Genova costituisce un essenziale punto di snodo scientifico e culturale tra le realtà locali e la società e, attraverso la terza missione, contribuisce allo sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio con la promozione di iniziative public engagement oriented. Su queste basi e con un approccio strategico e sistemico all'attivismo del design, vi è la volontà di costituire un laboratorio DESIS dell'Ateneo genovese che possa supportare ed innescare l'innovazione sociale del contesto in cui opera già il Dipartimento Architettura e Design di Genova, combinando creatività e visione attraverso processi di co-design con la comunità locale di stakeholder. Negli anni diversi profili del Dipartimento hanno trattato tematiche del design per l'innovazione sociale: strutturati in diverse aree scientifico disciplinari, ricercatori, dottorandi e studenti con diversi progetti ma mai in modo strutturato e formalizzato. Inoltre, Sarzano-Sant'Agostino è il quartiere dove è localizzato il Dipartimento, che a cavallo degli anni 90'-00' ha subito una rivalutazione esponenziale con un progetto di rigenerazione urbanistica, iniziata proprio con l'insediamento dell'Università nella zona.¹⁴ Allo stato attuale si sta tentando di connettere le iniziative diffuse in quartiere in un tessuto sinergico fra l'ambito accademico e quello cittadino, da ciò è emerso che vi sono spazi che possono essere potenziati e/o riqualificati, nello specifico: la chiesa sconsacrata di Sant'Agostino, spazio sottoutilizzato con ambienti molto ampi. L'Ex Latteria occupata nei locali del Dipartimento, occupati nel 2012 da un gruppo di giovani, con un presidio che però nel tempo è andato scemando portando questo spazio a sporadiche ed isolate attività. I Giardini di Babilonia,¹⁵ proprietà dell'Ateneo che da diversi anni è motivo di contenzioso dei cittadini: nel 2013 alcuni studenti vi si insediarono promuovendo iniziative promettenti, anche in questo caso, con il passare del tempo i giardini sono tornati ad uno stato di degrado avanzato. E infine, le rovine di Santa Maria in Passione, luogo gestito da una comuni-



Area di interesse nel quartiere di Sarzano-Sant'Agostino, Genova



Chiesa sconsacrata di Sant'Agostino di proprietà del Museo di Sant'Agostino



Ex Latteria occupata nei locali del Dipartimento Architettura e Design di Genova



Giardini di Babilonia di proprietà dell'Ateneo di Genova



Rovine di Santa Maria in Passione, spazio gestito da Libera Collina di Castello e di proprietà del Comune di Genova

tà fortemente politicizzata ma votata all'inclusione. Ad oggi, si sta sondando la disponibilità delle persone a partecipare ad una rete comune per rigenerare queste risorse della città in modo da creare un progetto sistematico che combini le diverse competenze della zona. Le esperienze maturate negli anni e il consolidarsi dei rapporti interni al Dipartimento hanno reso proprio il tempo e mature le condizioni perché si possa intraprendere un dialogo che travalichi il confine accademico per sfociare in una progettualità operativa sul territorio limitrofo. A supportare questi presupposti, inoltre, ci sarà il contributo del nascente FabLab interno al Dipartimento. Di seguito alcune attività che hanno contribuito a definire un background competenziale dei profili affini alle tematiche trattate finora e a cui ho partecipato attivamente:



16 www.ka-au.net/wp-content/uploads/2018/12/D3.5_UNIGE_SummerSchoolWorkshop_RebelMattersSocialBatters.pdf

KAAU SUMMER WORKSHOP¹⁶ – Rebel Matters / Social Batters III, all'interno del programma Erasmus Knowledge Alliances, che mira ad incoraggiare lo scambio, la formazione e le interazioni tra pianificazione urbana, sviluppo sostenibile e nuove tecnologie.



17 www.2019.makerfairerome.eu/it/espositori/?ids=367

POS3D,¹⁷ un laboratorio interattivo basato sul robot opensource Poppy in cui i partecipanti hanno stampato in 3D il corpo del robot attraverso un modello parametrico, diventando parte attiva di un processo di progettazione partecipata.



VHS - #Visual #Human #Social,¹⁸ ciclo di interventi sulla progettazione audio-visiva rivolte alla comunità cittadina e agli studenti universitari, il cui output è stata una esposizione collettiva.

18 www.visualhumansocial.it/



Workshop "Ri-progettare servizi. Gli strumenti del design per il sociale"¹⁹ in cui si sono alternati momenti di scambio e interazioni a livello teorico e pratico-progettuale.

19 www.mentelocale.it/genova/eventi/115392-ri-progettare-servizi-gli-strumenti-del-design-per-il-sociale-workshop.htm



Logo del progetto

Surpluse,²⁰ in collaborazione con AMIU (municipalizzata dei rifiuti a Genova), una rete di laboratori di riuso creativo gestita da enti del terzo settore.

20 www.mentelocale.it/genova/articoli/81250-rifiuti-genova-amiu-comune-riuso-app-nuovi-centri.htm



Rete Maker²¹ per stampa 3D medicale in emergenza COVID-19.

21 www.primocanale.it/notizie/maschere-da-sub-convertite-in-respiratori-e-maniglie-stampate-in-3d-da-unige-217866.html?fbclid=IwAR2r-uQaRLHXZ0_5SVtNTVUsUjjhIMmBAuz_31pjCHBkKc_pdGAFDLXEkIc



7.2.0 Applicazioni

7.2.2 OP1F1C10 C1V1C0



**OP1F1C10
C1V1C0**

Logo del progetto

Questo format di proposta nasce dall'opportunità che in questi anni ha portato la fondazione di Compagnia San Paolo ad investire molto sulla città di Genova, attraverso convenzioni e partnership con l'ateneo genovese e il Comune; ma anche sulla programmazione di un ciclo continuo di bandi mirati al territorio e alla creazione di comunità dello stesso.

Nello specifico, OP1F1C10 C1V1C0 propone un programma di attività legate al saper fare locale, alla tradizione artigiana che merita di essere conosciuta e valorizzata, attraverso una reinterpretazione in chiave contemporanea, attuata in collaborazione con giovani progettisti e l'uso di nuove tecnologie.

Come ben afferma anche il logo e il relativo lettering, OP1F1C10 C1V1C0 ha un doppia valenza di significato: una più legata alla tradizione e ad un'etimologia arcaica (opificium, luogo di lavoro - opus, opera/lavoro - facere, fare) di un luogo dove vengono letteralmente "fatte delle cose", chiaro rimando all'odierno movimento "maker" (colui che fa cose) trasposto nell'era digitale, alla cui base sta il codice binario (0-1), linguaggio universale della sfera computazionale. Dall'altra invece, l'aggettivo (dal lat. civicus, der. di civis «cittadino») rafforza l'immaginario di un posto dove viene definita l'identità del cittadino e il senso di equilibrio della comunità.

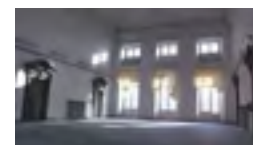
Tali attività divengono occasione per la riconversione di uno spazio abbandonato ma centrale nel quartiere di Sampierdarena,



Villa Grimaldi, detta "La Fortezza", come spazio-sede di un community hub, per la creazione di imprese e figure artigianali 4.0, attraverso un programma di eventi e dibattiti che creano inclusione sociale e coesione attraverso la contaminazione, lavorando sul senso civico e generando consapevolezza, che diviene antidoto contro la negligenza verso ciò che ha costituito la nostra eredità.



Esterno di Villa Grimaldi



Interni di Villa Grimaldi

La creatività da sempre è vista come una spinta in avanti verso il futuro, un sistema di punti che attraverso la connessione di elementi preesistenti portino ad un prodotto che determini combinazioni nuove e utili²². Spesso, però, in contrapposizione con la tradizione, che si rivolge al passato in maniera nostalgica, a volte anche troppo conservatrice in una dimensione urbana come quella di Genova.

Un risultato nuovo ha valore, se ne ha, nel caso in cui stabilendo un legame tra elementi noti da tempo, ma fino ad allora sparsi e in apparenza estranei gli uni agli altri, mette ordine, immediatamente, là dove sembrava regnare il disordine [...] Tra le numerosissime combinazioni che l'io subliminale ha formato alla cieca, quasi tutte sono prive di interesse e senza utilità; ma proprio per questo motivo non esercitano alcuna influenza sulla sensibilità estetica: la coscienza non arriverà mai a conoscerle. Soltanto alcune di esse sono armoniose - utili e belle insieme.²²

Henri Poincaré

In questo caso il mondo digitale e la tecnologia spesso responsabili della fine di molti mestieri, diventano strumento per una reinterpretazione rispettosa e critica di lavorazioni artigianali in via di estinzione tipiche del territorio.

Questi due poli opposti, creatività e tradizione, si attraggono per generare un processo magnetico, motore di sviluppo di un processo virtuoso di ricostruzione di un senso civico basato sul senso di appartenenza e responsabilità verso un'eredità che necessita di essere ricontestualizzata in uno scenario nuovo, operativo, proattivo e ricco di spunti per nuovi interpreti e nuove conoscenze.

²² Poincaré, H., & Bartocci, C. (1997). *Scienza e metodo*. Einaudi.

Da un lato c'è la tradizione artigianale che è tra le cifre più caratteristiche della cultura e dell'economia italiana, e riveste un'importanza strategica anche sul piano sociale e permette di rafforzare, quando non di ricostruire, il legame con il territorio. Dall'altro lato c'è il legame con i contesti in cui si vive, che accresce il senso di appartenenza, ulteriormente rafforzato dal prendersi cura di spazi sottoutilizzati o abbandonati, che diventano occasione di riappropriazione da parte di comunità, viste come custodi di storie e attivatori di processi di valorizzazione.

Come diceva il filosofo francese Claude Lévi-Strauss, l'artigiano è "il principe degli innovatori",²³ alla base del suo mestiere ci sono sempre la creatività, l'ingegno e l'abilità. La differenza è solo che quest'ultima un tempo era manuale e oggi è anche tecnologica digitale, abilitata e abilitante per una comunità stanziale di un determinato territorio.

Questa comunità, oltre che dai cittaadini attivi, sarà formata da soggetti pubblici, l'Amministrazione che lavora con l'istituzione culturale, l'Università, nel caso specifico il Dipartimento Architettura e Design, con esperienza nel mondo del progetto a diverse scale, Social Hub, incubatore di imprese sociali, già citato in precedenza, che accrescono il benessere collettivo, insieme ad una rete di professionisti ed artigiani che a diverso livello lavorano in ambito artistico e collaborano allo sviluppo dell'intero processo, che si innesca grazie alla comunità, un gruppo di persone coeso, unite da una spinta creativa eterogenea che viene convogliata in azioni e progettualità accomunate dall'obiettivo della rivalorizzazione sociale, culturale e territoriale.

La comunità che alimenta il processo è connessa, leggera, aperta, spontanea, una comunità fluida definita da Manzini²⁴ (2018). Nel mondo liquido in cui viviamo (Bauman, 2016)²⁵ l'azione collettiva è l'unica possibilità per costruire ambienti favorevoli, in cui le attività di cura nel tempo diventino elemento distintivo in mezzo a logiche dominate da competizione ed efficienza che esaspera i processi di disgregazione sociale. Una comunità che opera nel locale, ma che è connessa ad una rete ampia per condividere un format e prendere spunto da processi di innovazio-

23 www.agranelli.net/DIR_rassegna/ART_ArtigianieDigitale_RegPiemonte.pdf

24 Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: Progetti di vita che cambiano il mondo*.

25 Bauman, Z., & Minucci, S. (2016). *Modernità liquida*. Roma: Laterza

ne sociale sparsi per il mondo. La comunità diviene spazio di opportunità dove potersi confrontare, esprimere, produrre valore relazionale, trovare congiuntamente soluzioni finalizzate all'azione per traguardare sempre nuovi scenari e occasioni di sviluppo e rilancio anche della stessa comunità.

Lo spazio della comunità è ibrido, il digitale e l'analogico diventano due anime indispensabili: una piattaforma digitale è necessaria per divulgare attività, mappare realtà e costruire una rete che superi i confini geografici e alimenti di spunti e confronti a distanza le diverse attività. L'anima reale e fisica è vitale per accrescere lo spirito di azione, che il nome opificio sottolinea, come spazio del fare, spazio di lavoro, di cura, di attivazione e coinvolgimento, che alimenta i legami con il territorio e la cittadinanza. Il programma di attività diviene quindi uno scambio reciproco tra contenitore e contenuto, un processo virtuoso, che si apre all'esterno per contagiare la comunità degli artigiani, dei creativi, dell'Università, degli studenti, dei cittadini e dei NEET²⁶ (Neither in Employment nor in Education or Training), per restituire allo spazio ospitante e al territorio un nuovo carattere.

La prima fase della proposta consiste nella mappatura e creazione di un database digitale del saper fare e dell'artigianato legato alla tradizione locale, soprattutto di quelle specificità che si stanno estinguendo, come le lavorazioni del velluto, del damasco, del vetro, della filigrana, dell'ardesia, dei corzetti, dei mezzeri, delle insegne storiche, per immaginare nuovi campi di applicazione tecnologica e commerciale. I risultati di questo processo di conoscenza del patrimonio locale costituiranno l'allestimento di una prima esposizione di apertura dello spazio, come confronto e raccolta di idee da parte di tutti gli stakeholders coinvolti per diffondere e rilanciare un patrimonio troppo spesso ignorato. L'idea è quella di mettere a confronto diverse generazioni attraverso workshop, corsi ed esposizioni, che sviluppino consapevolezza delle eredità da tramandare e producano nuovi linguaggi contemporanei, per

I corzetti o croxetti oppure anche corsetti (in dialetto genovese corzétti, che si pronuncia [kur' zetti]) sono una pasta tipica della cucina ligure.



Provincia di Genova, dati ISTAT

26 La disoccupazione giovanile 15-24 anni è 48,6%, quella 15-29 è 34,1%. (provincia di Genova, dati ISTAT)

trovare nuovi potenziali talenti nelle giovani generazioni e tra le persone più fragili, come per esempio i NEET, che costituiscono il 22,45%²⁷ della popolazione locale genovese tra i 5 e i 29 anni, che se inseriti in opportuni percorsi di innovazione e inclusione sociale, possono rappresentare opportunità e occasioni per sperimentare approcci e modelli inediti di valorizzazione del tessuto sociale e creativo. L'università metterà in sinergia studenti e docenti con artigiani, aziende e professionisti esterni per creare una sinergia di esperienze attraverso occasioni di lavoro e apprendimento.

I risultati attesi dall'iniziativa sono:

- piattaforma web,
- allestimento,
- programma di eventi di diffusione,
- workshop tra artigiani e studenti,
- corsi per neet e soggetti interessati,
- valorizzazione e presidio di uno spazio di quartiere con eventi e attività pubbliche.
- strutturazione di un comunità custode
- progettazione di un format replicabile

Gli spazi

L'edificio individuato sorge nel centro di Sampierdarena, a ovest del centro di Genova, storico quartiere popolare legato alle attività portuali. Il palazzo Seicentesco dispone di una pertinenza esterna di circa 1.000 mq, un ampio giardino rialzato rispetto alle strade che circondano il lotto.

Dal secondo dopoguerra è stato utilizzato come edificio scolastico fino alla chiusura nel 2008. Da allora l'edificio è vuoto.

Un portico al piano terra introduce ad una salone centrale attorno al quale sono organizzati gli ambienti. Dallo scalone si sale al primo piano dove è presente un monumentale loggiato alto 10 m, decorato con stucchi a cassettoni e altorilievi, che affaccia a nord. Dal loggiato si accede al salone principale affrescato. Vari corpi scale di servizio conducono al sottotetto, in parte abitabile. Questi spazi necessitano di essere rimessi in funzione grazie a delle opere di cura e manutenzione, ma anche riadattamento alle nuove esigenze.

27 Nota statistica n.1/18 - Luglio 2018, a cura della Direzione Studi e Analisi Statistica di Anpal Servizi

Comunità custode

Da queste esigenze, tramutate in opportunità, si è individuato un gruppo di artigiani e professionisti nel settore creativo, situati attualmente in un edificio privato a Genova, ma alla ricerca di un nuovo insediamento che li possa mettere maggiormente in gioco come collettivo, andranno a costituire la comunità custode.

La "comunità custode" è un collettivo che si insedierà nello spazio per garantire una presenza quotidiana e un riferimento per il contesto, per lavorare e progettare attività e artefatti che possano rendere il contenitore sempre attivo e inclusivo.

La comunità custode inoltre renderà lo spazio più funzionale, dal punto di vista dello spazio e del comfort, progettando e realizzando artefatti in un'operazione di rivalorizzazione dello spazio condivisa, che coinvolga la comunità più ampia di fruitori che partecipano a workshop e corsi e che agisca quindi anche sul senso civico del fare comunità. Manzini definisce le "comunità di luogo"²⁸ come una comunità di scopo, la cui ragion d'essere è anche quella di occuparsi del luogo in cui si trova. Lo stesso vale per il luogo che la comunità produce, esiste perché qualcuno ha fatto intenzionalmente qualcosa per farlo esistere e in questo caso rivivere.

Format

Delinare un format di intervento, un programma di attività, un contenuto, è come scrivere una ricetta, il procedimento rimane invariato, cambiano solo i contenitori e le persone coinvolte.

Questo serve per diffondere un modello replicabile in altri spazi all'interno dello stesso territorio o renderlo trasportabile in altri contesti adattandolo e personalizzandolo a secondo delle esigenze locali. L'idea è quello di un format che ogni volta si alimenta di nuovi stimoli e nuovi scenari, per attualizzarsi e allinearsi alle esigenze che la società esprime e divenire punto di riferimento per una comunità creativa in continua espansione. Il format di OPIFICIO CIVICO prevede le seguenti fasi:

28 Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: Progetti di vita che cambiano il mondo.*

- Mappatura su scala regionale di maestranze in ambito creativo, che si stanno estinguendo e meritano di essere conosciute, valorizzate e attualizzate.
- Identificazione di un luogo che la comunità possa far rivivere, co-progettando una valorizzazione attraverso opere che possano rendere lo spazio nuovamente vivibile, per renderlo un luogo d'interesse, attribuendogli una seconda vita.
- Organizzazione eventi, allestimenti, dibattiti aperti a tutta la cittadinanza per riaprire lo spazio e le maestranze a nuove interpretazioni.
- Organizzazione di workshop e corsi tra "artigiani in via di estinzione", giovani designers, studenti di design, NEET, creativi, makers, per reinterpretare gli antichi mestieri in linguaggi contemporanei.
- Integrazione dello spazio e delle azioni di OPIFICIO CIVICO nella rete urbana e inserimento in percorsi alternativi per turisti e manifestazioni cittadine.
- Creazione di una rete attiva di "comunità creative" inclusiva ed aperta, una comunità capace di investire sullo scambio generazionale e sulla creatività per rilanciare la tradizione in termini contemporanei.

Il focus dell'intero progetto sarà incentrato sull'avvio di esperienze che contrastino il fenomeno dell'abbandono del singolo artigiano visto come figura isolata, e che investano sulla creatività e sull'ideologia della progettazione condivisa e partecipata, che presidia e valorizza uno spazio e promuove attività collaborative ed esperienze che accrescano la consapevolezza del patrimonio artigianale territoriale e che rileggano in chiave contemporanea lavorazioni e artefatti che meritano di essere reinterpretati prima di estinguersi definitivamente.

Le comunità creative sono realtà che si dedicano alla progettazione di artefatti, spazi, eventi, per migliorare il contesto in cui operano e in cui portano avanti le proprie iniziative, trasformandosi anche in veri e propri

imprenditori sociali. Grazie al web questo fenomeno viene amplificato, e può essere sfruttato per una diffusione oltre i contesti locali in cui OPIFICIO CIVICO opera, per diventare quindi un progetto creative commons, aperto alla replicabilità e al cambiamento.

Motivazioni dell'iniziativa

OPIFICIO CIVICO intende convogliare e valorizzare tutta una serie di realtà che operano separatamente e dal basso sui bisogni civici in una community hub. Una community hub è capace di innescare il movimento, mettere in comunicazione il settore creativo, spesso visto come avulso dalla realtà, con i bisogni civici, mettendo in relazioni generazioni di professionisti di tutte le età con studenti universitari per creare inclusione sociale, allevare talenti, generare coesione attraverso la contaminazione. È un accesso verso la creazione di impresa, uno spazio di produzione e di lavoro per contrastare l'esclusione e generare lavoro, che fa convivere l'artigiano e la postazione per il giovane creativo, la start-up, l'artigiano e la cooperativa sociale, il coworking, il fab-lab. Il campo di tensione di una Community Hub è quindi la relazione persone-comunità-spazi, capace di convocare simultaneamente l'attenzione delle politiche urbane, di quelle sociali, di quelle culturali, di quelle economiche e persino turistiche: spazio, formazione, lavoro, servizi, produzione culturale, inclusione, economie, creatività, commercio.

Un cantiere di prova e sperimentazione di creatività sociale, un terreno inedito di policy-making e di innovazione istituzionale.

7.2.0 Applicazioni

7.2.3 DVD: Fotogrammi sulla città che cambia



DIGITAL VERSATILE DESIGN
Fotogrammi della città che cambia

DVD: fotogrammi ed interazioni sulla città che cambia è un evento a scopo culturale promosso da un gruppo di dottorandi del Dipartimento Architettura e Design dell'Università degli Studi di Genova.

La presente proposta nasce con l'intento di proseguire e ampliare le tematiche affrontate con VHS #Visual #Human #Social, evento organizzato e realizzato dal già citato gruppo di dottorandi, grazie al finanziamento ottenuto tramite il bando per le attività culturali autogestite da parte degli studenti nel 2018. La manifestazione è stata sviluppata in una serie di quattro incontri formativi divisi per tematiche e sviluppati nel mese di novembre, cadenzati una volta a settimana: storytelling, immagine, tecniche e comunicazione. L'evento ha avuto come scopo quello di promuovere la contemporaneità della disciplina del design focalizzandosi sulla tematica della "progettazione" applicata all'ambito audiovisivo. La manifestazione ha registrato il sold out per tutti e quattro gli incontri organizzati nel mese di novembre e ha visto la partecipazione di circa 200 persone a serata, vedendo la presenza di studenti provenienti da Architettura, Economia, Scienze della Formazione, Lettere e Filosofia, Lingue, Giurisprudenza, Ingegneria, Matematica, Accademia Linguistica di Belle Arti, Digital Humanities, oltre che di appassionati del settore.

La presente proposta nasce quindi dal riscontro estremamente positivo ottenuto con VHS e dalla volontà di ampliare l'offerta culturale, sia dal punto di vista delle tematiche affrontate, che delle attività laboratoriali

proposte. Il focus principale della prima edizione verrà affiancata dai filoni di architettura, rappresentazione e manifattura e da workshop condotti da esperti del settore.

Le tematiche della manifestazione avranno come focus centrale la città e i cambiamenti che la caratterizzano, sia a livello urbano che digitale.

Il format di attività previste si strutturerà in:

- 4 International Main Conferences
- 2 Workshop Activities

Digital platform

Raccontare come cambierà la città

Future Architecture²⁹ è la prima piattaforma paneuropea di musei e festival di architettura, che avvicina le idee sul futuro delle città e dell'architettura al grande pubblico.

²⁹ FA platform - <http://futurearchitectureplatform.org> - Ljubljana (Slovenia)

Milan Dinevski - Project Manager, Future Architecture Platform. Project manager della Future Architecture Platform presso il Museo di architettura e design MAO di Lubiana e co-fondatore di City Creative Network (CCN), un'iniziativa cittadina e un centro di ricerca con sede a Skopje. Come parte del CCN, sviluppa concetti di design e lavoro editoriale con team interdisciplinari di studenti, architetti, artisti e altri professionisti in tutto il mondo. Tra gli altri, ha collaborato con Bevk Perovic Architects di Lubiana, lo studio di design Archipelagos di New York e ha fatto parte del collettivo KUD C3 Lubiana.

Digital research platform

Raccontare come viene rappresentata la città che cambia

KooZA/rch³⁰ - ricerca del linguaggio visivo dell'ambiente urbano costruito. KooZA ricerca, sfida e rivela la moltitudine di obiettivi attraverso i quali possiamo disegnare e parlare del nostro ambiente costruito. L'immagine è il mezzo attraverso il quale vengono discusse e rintracciate idee specula-

³⁰ KooZA/rch - www.koozarch.com - London

tive che affrontano la comprensione contemporanea dell'architettura e dello spazio che essa racchiude sia fisicamente che metaforicamente. Dal teorico al reale, l'immagine è una vera prova che documenta il mondo modellato nel quale abitiamo.

Immagine come un linguaggio visivo universale che trascende i confini. Immagine è concetto, verità e progetto. Come piattaforma di ricerca digitale, KooZA sfida l'atto stesso del disegno e della creazione di immagini nella terra del pixel, attraverso l'audacia e l'assurdo, l'alternativa alla normalità, le idee che spingono pre-concezioni e confini contemporanei.

Online magazine and visual atlas

I progetti che cambiano la città

Socks³¹ è un viaggio non lineare attraverso territori lontani dell'immaginazione umana. Operando da una prospettiva al di fuori dei confini dell'architettura, Socks esplora diversi campi di indagine e rivela affinità e relazioni non percepite attraverso un approccio che spazia da una pura pratica curatoriale ad un'analisi più approfondita. I suoi articoli seguono una sequenza non lineare, non dedicata a raccontare le novità, ma a svelare permanenze, corrispondenze e anacronismi in ricerche situate lontano nel tempo e nello spazio. Mariabruna Fabrizi e Fosco Lucarelli, fondatori Socks e Microcities

Film-maker

Distopie e critical design

di come cambierà la città

Keiichi Matsuda (BSc. MArch)³² è un designer e regista che guarda al futuro. Il suo lavoro è stato ampiamente esposto, dal V&A Museum di Londra al MoMA di New York, oltre a raggiungere il successo virale online. Ha ottenuto un seguito cult da acclamati cortometraggi come HYPER-REALITY, che ha ottenuto numerosi riconoscimenti tra cui il "miglior dramma dell'anno" di Vimeo nel 2016. Next Reality ha nominato Keiichi come uno dei migliori influencer di AR. Keiichi vede il design come uno strumento per esplorare il futuro della tecnologia e della cultura. Che si tratti di lavorare attraverso film narrativi o design di interazione concettuale per XR, il suo obiettivo è definire una nuova visione per la realtà, che esiste all'intersezione tra virtuale e fisico.

Workshop 1

31 Socks / Microcities - www.socks-studio.com - Paris

32 Keiichi Matsuda - www.km.cx - London

Photo-manipulator

Manipolare la visione della città

in cambiamento

Fontanesi³³ - Milano - enigmatico foto-manipolatore, Fontanesi gestisce dal 2012 uno dei profili più virali su Instagram, caratterizzato da una particolare ricerca estetica applicata al racconto della realtà schietta e popolare. Abitanti di questo misterioso account sono, infatti, soggetti estrapolati dal mondo della strada che richiamano il neorealismo di Pasolini e De Sica, così come i dipinti di Bosch. Le fotografie, scattate di nascosto, vengono scomposte e riassemblate in modo da creare figure assurde e grottesche, sospese tra l'onirico e il tangibile. Il risultato è una sorta di bestiario fantastico che utilizza sperimentazione tecnologica e creatività per rappresentare il proprio tempo.

Attività: Workshop di fotografia e rappresentazione a tema realistico attraverso tecniche di manipolazione analogica e digitale.

Workshop 2

Video-hacking

Auto-produzione di attrezzatura

per agire sulla città

Alessandro Balena - Bari - Direttore Scientifico presso La Scuola Open Source.³⁴ Lavoratore del cinema di professione, maker - autodidatta - per vocazione. Collabora con la Dinamo Film, per la quale si occupa di innovazione dei processi di produzione cinematografica, e con lo studio FF3300 per progetti di interazione e ricerca. Nel 2014 è il project manager del laboratorio "Y - una variabile in cerca d'identità", da cui nel 2016 nasce La Scuola Open Source, di cui è co-fondatore.

Attività: Autoproduzione di macchina serigrafica a controllo numerico per produzione oggettistica di promozione territoriale

33 Fontanesi - www.instagram.com/fontanesi - Milano

34 SOS - www.lascuolaopensource.xyz - Bari

III Bibliografia

AA.VV., (2014). Autarchia, Austerità e Autoproduzione. Il design italiano oltre la crisi, Mantova: Corrin Edizioni

AA.VV., (2018). Progettualità sociale e Politiche, Triennale Milano: Edizioni CheFare.

AA.VV., (2018) Conscious Cities Anthology 2018 <https://doi.org/10.33797/CCJ.05.08>

AA.VV., (2019) Conscious Cities Anthology 2019. <https://doi.org/10.33797/CCJ.01.02>

Abbott, A. D., & Santoro, M. (2007). I metodi della scoperta: Come trovare delle buone idee nelle scienze sociali. ESBMO.

Alessi, C. (2014). Dopo gli anni zero: il nuovo design italiano (Prima edizione). Roma: Laterza.

Alessi, C. (2016). Design senza designer. Bari: Laterza.

Altena, B., & van der Linden, (2002). Deindustrialization: Social, cultural, and political aspects. Cambridge University Press.

Alteri, L., Cirulli, A., & Raffini, L. (2019). L'innovazione sociale urbana tra sperimentazione e nuove forme di governance e disimpegno del welfare. la rivista delle politiche sociali, 1, 39-54.

Anderson, C. (2010). La coda lunga: da un mercato di massa a una massa di mercati. Torino: Codice.

Anderson, C. (2013). Makers: il ritorno dei produttori per una nuova rivoluzione industriale. Milano: Rizzoli Etas.

Archipov, V. (2007). Design del popolo: 220 invenzioni della Russia post-sovietica. Milano: Isbn Edizioni.

Arcidiacono, C. (2008). Ricerca-azione partecipata [PAR] e cooperative inquiry: esperienze a confronto. La ricerca-intervento. Prospettive, ambiti, applicazioni, 1, 217-238.

Arcidiacono, D. (2017). Economia collaborativa e startup: forme alternative di scambio economico o mito della disintermediazione?. Quaderni di Sociologia, (73), 29-47.

Aronson, E. (2006). L'animale sociale. Apogeo Editore.

Associazione CheFare. (2016). La cultura in trasformazione: l'innovazione e i suoi processi. Roma: Minimum fax.

Associazione CheFare. (2019). Nubi di parole. Voci del lavoro culturale contemporaneo. Milano: CheFare Edizioni.

Avanzi - Sostenibilità Per Azioni s.r.l., Associazione Culturale Dynamoscopia, Kilowatt, Cooperativa Sumisura (2016). Community hub. I luoghi puri impazziscono. Matera: Associazione Rena

Banzi, M. (2014), Opensourcing imagination, in Botta M., Wiedmer M., a cura di, Disruptive interaction, Lugano: Edizioni Casagrande

Barabási, A. L. (2003), Linked: The new science of networks, Basic books, New York.

Baraldi, C., Corsi, G., & Esposito, E. (1996). Luhmann in Glossario. I concetti fondamentali della teoria dei sistemi sociali (pp. 17-253). FrancoAngeli.

Barbero, S. (2017). Volume 1: Systemic design method guide for policymaking: a circular Europe on the way. Torino: Allemandi.

Bassi, A. (2013), Design. Progettare gli oggetti quotidiani, Bologna: Edizioni Il Mulino

Bassi, A. (2014), Le ragioni del design, Milano: Edizioni Franco Angeli

Bauman, Z. (2005). Globalizzazione e glocalizzazione. Roma: Armando Editore
Bauman, Z., & Bordoni, C. (2015). Stato di crisi. Torino: Einaudi.

- Bauman, Z., & Minucci, S. (2016). *Modernità liquida*. Roma: Laterza.
- Bauman, Z., & De Pascale, M. (2018). *Città di paure, città di speranze*. Roma: Castelvecchi.
- Benevolo, L. (2012). *Il tracollo dell'urbanistica italiana* (1. ed). Roma: Laterza.
- Benevolo, L., & Erbani, F. (2011). *La fine della città* (1. ed). Roma: Laterza.
- Benkler, Y. (2002). Coase's Penguin, or, Linux and «The Nature of the Firm». *The Yale Law Journal*, 112(3), 369. <https://doi.org/10.2307/1562247>
- Bersano, G. (2019). *Post-design*. Milano: Meltemi.
- Bertirotti, A. (2016). *Diversamente uguali: noi, gli altri, il mondo*. Milano: Edizioni Paoline.
- Bertola, P. e Maffei, S. (2009), *Design Research Maps*, Santarcangelo di Romagna: Maggioli Editore.
- Best, K., & Zurlo, F. (2016). *Design management gestire strategie, processi e implementazione*. Bologna: Zanichelli.
- Bettanini T., 1976, *Spazio e scienze umane*, La Nuova Italia, Firenze.
- Bianchetti, C. (2012). Individualizzazione e condivisione nella città. *Crios*, 2(2), 19-0.
- Bianchini M., Bombardi F., Carosi A., Maffei S., Menichinelli M. (2015). *Makers' inquiry* (Italia). Un'indagine sui maker italiani e sul Make in Italy. Milano: Libraccio Editore.
- Bianchini M., Maffei S. (2013). *Microproduction Everywhere*. Social, local, open and connected manufacturing. Conference Social Frontiers: the next edge of social innovation research. London: NESTA. 14-15 November 2013
- Bianchini M., Maffei S., (2015). *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*, Milano: Feltrinelli editore.

- Bianchini, M., Maffei, S. (2012). Could Design Leadership Be Personal? Forecasting new forms of indie innovation. *Design Magement Journal*, Vol. 7, Issue 1
- Bianchini, M., Maffei, S. (2013). *Microproduction Everywhere*. Defining The Boundaries of the emerging new Distributed Microproduction socio-technical paradigm. Social Frontiers Conference 14th-16th November, London (Saggio commissionato da NESTA UK nell'Ambito di SI EU research).
- Biondi, V. (2016). *Milano metropoli possibile*. Venezia: Marsilio.
- Bistagnino, L. (2016). *microMACRO*, micro relazioni come rete vitale del sistema economico e produttivo. Milano: Edizioni Ambiente.
- Bistagnino, L., & Petrini, C. (2011). *Design sistemico: progettare la sostenibilità produttiva e ambientale*. Bra: Slow Food Editore.
- Bobbio, L., & Pomatto, G. (2007). Il coinvolgimento dei cittadini nelle scelte pubbliche. *Meridiana*, 45-67.
- Bonini, T., & Romano, (2016). John Thackara: immaginare oggi il mondo di domani. Recuperato da https://www.academia.edu/35051173/John_Thackara_immaginare_oggi_il_mondo_di_domani
- Bonomi A. (2013). *Il capitalismo infinito*. Indagine sui territori della crisi, Torino: Einaudi.
- Bonomi, A., & Pugliese, F. (2018). *Tessiture sociali: la comunità, l'impresa, il mutualismo, la solidarietà*. EGEA spa.
- Bonomi, A., & Della Puppa, F. (A c. Di), (2016). *La società circolare: fordismo, capitalismo molecolare, sharing economy*. Roma: DeriveApprodi.
- Bonomi, A., & Masiero, R. (2014). *Dalla smart city alla smart land*. Venezia: Marsilio.

Borgonuovo, V., & Franceschini, S. (Eds.). (2015). *Global tools: quando l'educazione coinciderà con la vita, 1973-1975*. SALT/Garanti Kültür AŞ.

Botsman, R. (2017). *Di chi possiamo fidarci?: Come la tecnologia ci ha uniti e perché potrebbe dividerci*. Hoepli Editore.

Botsman R., & Rogers, R. (2017). *Il consumo collaborativo: Ovvero quello che è mio è anche tuo*. Milano: FrancoAngeli

Branzi, A. (2010). *Ritratti e autoritratti di design*. Marsilio; Milano: Fondazione Cologni.

Brown, T., & Wyatt, J. (2010). *Design thinking for social innovation*. Development Outreach, 12(1), 29-43.

Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation* (Revised and updated edition). HarperBusiness, an imprint of HarperCollinsPublishers.

Bruzzo, F., (2016), *Design manufacturing. Modelli di autoproduzione nelle pratiche del design contemporaneo*, Tesi di Dottorato in Design presso Università degli Studi di Genova.

Cairo, A. (2019). *How charts lie: Getting smarter about visual information* (First edition). New York: W. W. Norton & Company.

Calafati, L., Chiappini, L., *Nuove economie urbane tra innovazione economica e coesione sociale, Territori di ricerca: natura, città e spazio pubblico 3*, Milano, 2018

Cammelli, M., (2007), *Territorialità e delocalizzazione nel governo locale*. Il Mulino.

Cantu, D., Corubolo, M., & Simeone, G. (2013). *A Community Centered Design approach to developing service prototypes*. In ServDes. 2012 Conference Proceedings Co-Creating Services; The 3rd Service Design and Service Innovation Conference; 8-10 February; Espoo; Finland (No. 067, pp. 65-70). Linköping University Electronic Press.

Carmagnola, F. (2009), *Design. La fabbrica del desiderio*, Milano: Edizioni Lupetti, Collana Design

Caroli, M., (2015). *Modelli ed esperienze di innovazione sociale in Italia, Secondo rapporto sull'innovazione sociale*, Milano: FrancoAngeli.

Carta, M. (2017). *Augmented city: a paradigm shift*. S.l.: LIST Lab.

Carta, M., & Lino, B. (2015). *Urban hyper-metabolism*.

Carta, M. (2011). *Per una wikipedia urbana: sfide del progetto urbanistico*. Territorio della Ricerca su Insediamenti e Ambiente. Rivista internazionale di cultura urbanistica, 4(7), 69-80.

Carullo, R., Labalestra, A. (2018). *Manus x Machina. Il design per la valorizzazione delle identità dei territori meridionali e il caso della Puglia*, MD journal N°5, Ferrara, Laboratorio Material Design, Media MD.

Castelli, C., Hamel, M.C. (2018). *Sharing design. La creatività nelle città dell'oggi*. Milano: MIMA Edizioni

Castelli, L. (2014). *Psicologia sociale cognitiva: Un'introduzione*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Castells, M. (2004). *La Città delle reti*. Venezia: Marsilio.

Catania, C. (2011). *Design, territorio e sostenibilità. Ricerca e innovazione per la valorizzazione delle risorse locali*. Franco Angeli.

Cautela, C., & Zurlo, F. (2007). *Strumenti di design management*. Milano: Franco Angeli.

Cavalli, L. (1957). *Inchiesta sugli abituri*, prefazione di Gianni Baget Bozzo, Ufficio Studi sociali e del lavoro del Comune di Genova.

Caviglia, M., *Centri Integrati di Via. Un'esperienza unica da condividere e replicare* (www.unioncamere.gov.it/download)

Cecla, F. L. (2015). *Contro l'urbanistica. La cultura delle città*. Torino: Einaudi.

Celaschi, F. (2016). *Non industrial design: contributi al discorso progettuale*. Bologna: Luca Sossella Editore

- Cellamare, C. (2016). Leggere l'abitare attraverso l'interdisciplinarietà e la ricerca-azione. Territorio.
- Cepi, G. (2010). *Epigenesi del design* (1. ed). Roma: Aracne.
- Chiarello, P., (2014). Democratizzare gli strumenti produttivi. Una ricerca sul blow shaping e la sperimentazione del design. <https://www.politesi.polimi.it/>
- Ciaramella, A., & Celani, A. (2019). Industria 4.0 e manifattura in città: uno sviluppo verticale possibile. In *TECHNE 17*, Firenze: Firenze University Press
- Cipolletta, E., (2016). Integrazione industria e artigianato. *L'Industria, Il Mulino*
- Cirugeda, S. (2015). *Situaciones urbanas*. Barcellona: Editorial Tenov
- Ciuccarelli, P. (2012). Design open source: dalla partecipazione alla progettazione in rete. Bologna: Pitagora.
- Codeluppi, V. (2014). Metropoli e luoghi del consumo (pp. 1-132). Milano: Mimesis.
- Cognetti, F. (2013). La third mission dell'università. Lo spazio di soglia tra città e accademia. Territorio.
- Cognetti, F., & Fava, F. (2017). La città indisciplinata. Note per una agenda di ricerca. *Tracce Urbane. Rivista Italiana Transdisciplinare di Studi Urbani*, No 1 (2017). https://doi.org/10.13133/2532-6562_1.11
- Collina, L., Fassi, D., "System Design for Sustainable Tourism", in Yongqi, L. (ed.), (2013), *Design Harvest. An acupuntural design approach towards sustainability*, Mistra Urban Futures: Gotemborg, Svezia.
- Comito, V. (2016). *La sharing economy: dai rischi incombenti alle opportunità possibili*. Roma: Ediesse.
- Comune di Genova, *Linee Programmatiche 2017/2022* (<http://www.comune.genova.it/pages/linee-programmatiche>)

- Comune di Modena, Consorzio Attività Produttive Aree e Servizi (2003), *L'invenzione dei villaggi artigiani. Governo del territorio e sviluppo economico nell'esperienza modenese*, Modena.
- Corbett, S. (2017). *How to be a Craftivist*. Unbound Publishing.
- Craft Council UK (2011) *Craft in the Age of Change*. Scaricabile da: http://www.wcc-europe.org/sites/default/files/Craft_in_an_Age_of_Change.pdf
- Cristallo, V. La crisi del prodotto nel "design del prodotto" in op.cit. 152. <http://www.opcit.it/cms/?tag=vincenzo-cristallo>
- Cristallo, V., Guida, E., & Morone, A. (2006). *Design, territorio e patrimonio culturale*. Napoli: Clean.
- Crosta, P. L. (2013). Dalla parte dell'università. *Territori*, n.66, pag.23-25, FrancoAngeli
- De Leonardis O., (2011). *Dividing or Combining Citizens. The Politics of Active Citizenship in Italy*, in Newman J. e Tonkens E. (a cura di), *Responsibility and Choice Summoning the Active Citizen in Western European Welfare States*, Amsterdam University Press, Amsterdam
- D'Ovidio, M., (2010). *Network locali nell'economia cognitiva-culturale. Il caso di Milano*. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 3, 459-484. <https://doi.org/10.1423/32950>
- D'Ovidio, M. (2016). *The creative city does not exist: Critical essays on the creative and cultural economy of cities*. Milano, Italy: Ledizioni.
- D'Ovidio, M., Rabbiosi, C., (2017). *Maker e città. La rivoluzione si fa con la stampante 3D?* Milano: Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.
- De Carlo, G., & Marini, S. (2015). *L'architettura della partecipazione*. Macerata: Quodlibet.
- De Toni, A. F., Siagri, R., & Battistella Cinzia. (2015). *Anticipare il futuro: corporate foresight*. Milano: EGEA.

Díez, T., (2018). *Fab City: The Mass Distribution of (Almost)*, Institute for Advanced Architecture of Catalonia

Doria, M. (1997). *Genova: da polo del Triangolo industriale a città in declino*. Società ligure di storia patria.

Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. Cambridge, Massachusetts; London: The MIT Press.

Dunne, A., & Raby, F. (2013). *The United Micro Kingdoms: A Design Fiction*.

Ebo, I. (2019). *Building resilience and inspiring justice by design*. London: Conscious Cities Anthology 2019: Science-Informed Architecture and Urbanism. ISSN 2514-6815 DOI:10.33797/CCA19.01.10

EDP (2010) *International Benchmarking Study on the functioning of Fab Lab*. Proposal for a business model. Scaricabile da http://www.fablabedp.edp.pt/sites/default/files/uploaded_files/rl_836_10_mt_traduzido.pdf

Eychenne F. (2012), *FAB Labs. Tour d'horizon*, FING.

Eychenne, F. (2012) *Fab Labs Tour d'horizon*. <http://doc.openfing.org/ADEO/Benchmark-Fablab.pdf>

Erdős, P. and Rényi, A. (1959), "On Random Graphs", in *Publicationes Mathematicae*, vol. 6, pp. 290-297.

Fabian, L., & Munarin, S. (A c. Di). (2017). *Re-cycle Italy: Atlante* (Prima edizione italiana). LetteraVentidue.

Fagnoni, R. (2016) *Reagente, Pratiche di Design, Sperimentazioni Cittadine, Prospettive Politiche*, Aracne.

Fagnoni, R., *Dare forma, la visione sociale e orientata al futuro del design in Bertirrotti, A.* (2016). *Diversamente uguali: Noi, gli altri, il mondo*. Edizioni Paoline.

Fagnoni, R., Pericu, S., & Olivastri, C. (2017). *REAGENTE. A label for social innovation*. *The Design Journal: Design for Next: Proceedings of the 12th European Academy of Design Conference*, Sapienza University of Rome, 12-14 April 2017, Edited by Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Paul Atkinson.

Fagnoni, R., (2018) *Da Ex a Next*, MD Journal 5, MD Media, Ferrara

Fagnoni, R., Ferrari Tumay, X., Vacanti, A., & Vian, A. (2020). *Ma(r)kers: Digital Fabrication as Opportunity for Enhancing Territories Through Hacking, Personalization, Traces*. In M. Di Nicolantonio, E. Rossi, & T. Alexander (A c. Di), *Advances in Additive Manufacturing, Modeling Systems and 3D Prototyping* (Vol. 975, pagg. 60-70). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20216-3_6

Fassi, D. (2012). *Temporary Urban Solutions*, Santarcangelo di Romagna: Maggioli Editore

Fassi, D., Rogel, L., (2012). "C'è spazio per tutti / There's room for one more", in AA.VV. *Cumulus proceedings: Northern World mandate*, Helsinki

Farini, A., (2001). *Le politiche di recupero del centro storico urbano di Genova*, in *A casa propria: le condizioni abitative degli anziani nel centro storico genovese* a cura di Costanzi, C, e Gazzola, A., Milano: FrancoAngeli

Ferrara, L., (2015). *Future ways of living*: Toronto, Milan, 2015.

Ferrara, L., Plewes, C., Kondruss, G., *Innovating projects in the Wisdom Economy* in Lauria, M., Mussinelli, E., Tucci, F, (2019). *La Produzione Del Progetto*, Santarcangelo Di Romagna: Maggioli Editore

Ferreri, A., & Marongiu, S. (2014). *High rise: collectivevisions*. Milano: POLI.design.

Ferri. G. (2010). "Retracing public space", in Coirier, L., Goličnik Marušić, B.& Nikšić, M. (eds.). *Human Cities – Celebrating public space*. Oostkamp, BE: Stichting Kunstboek bvba, pp 98-103.

- Ferri. G. (2011). "Il gestore sociale", Milano: altreconomie edizioni, pp 25-56, 111-125
- Ferri. G. (2011). "L'integrazione tra residenza e servizi" in Ferri. G., Pacucci. L., Pero. E. "Nuove forme per l'abitare sociale", Milano: altreconomie edizioni, pp 32-37
- Filippi, F., & Benelli, E., (2019). Service Design. Un servizio per la comunità in Atti di convegno di UrbanPromo 2019
- Flora, N., Iarusso, F., & Mobilarch-group (A c. Di). (2017). Progetti mobili (Prima edizione). Siracusa, Italy: LetteraVentidue.
- Florida, R. (2003). L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni (F. Francis, Trad.). Milano: Mondadori.
- Florida, R. L. (2017). The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class and what we can do about it. New York: Basic Books.
- Fondazione Nord Est e Prometeia, (2015). Make in Italy. Il 1° rapporto sull'impatto delle tecnologie digitali nel sistema manifatturiero italiano - [http://www.fnordest.it/web/fne/content.nsf/0/3B81D91CE1AC5A9DC1258271002C6782/\\$file/makeinitalyrapportocompletook.pdf?openelement](http://www.fnordest.it/web/fne/content.nsf/0/3B81D91CE1AC5A9DC1258271002C6782/$file/makeinitalyrapportocompletook.pdf?openelement)
- Follesa, S. (2013). Design & identità: progettare per i luoghi. Milano, Italy: FrancoAngeli.
- Foot, J., & Squirru, E. (2015). Milano dopo il miracolo: Biografia di una città: con una nuova prefazione dell'autore. G. Feltrinelli.
- Foucault, M., & Pandolfi, A. Archivio Foucault: Interventi, colloqui, interviste. Feltrinelli. <http://trentino.medialibrary.it/media/scheda.aspx?id=150002562>
- Fuad-Luke, A. (2013). Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world. Routledge.
- Fusero, P., (2005). Genova periferie e centri storici. Dietro le quinte della capitale europea della cultura, Pescara: Sala

- Galbiati M., Piredda F. (2012). Visioni Urbane. Narrazioni per il design della città sostenibile, Milano: FrancoAngeli,.
- Gainsfort, S. (2019). Airbnb città merce: Storie di resistenza alla gentrificazione digitale. Roma: DeriveApprodi.
- Gamma, E. (2008). Design patterns. Milano: Pearson education Italia
- Garofalo, G. (A c. Di). (2007). Capitalismo distrettuale, localismi d'impresa, globalizzazione. Firenze: Firenze University Press.
- Gastaldi, F. (2003). Processi di gentrification nel centro storico di Genova. Archivio di Studi urbani e regionali.
- Gastaldi, F., (2009). Rigenerazione urbana e processi di gentrification nel centro storico di Genova, in Rigenerazione urbana e ricambio sociale: gentrification in atto nei quartieri storici italiani di Diappi, L., Milano: FrancoAngeli
- Gazzola, A., (2001). La città policentrica: il caso di Genova in Detragiache, A., Dalla città diffusa alla città diramata, Milano: Franco Angeli
- Gazzola, A., (2001). La percezione sociale del centro storico, in A casa propria: le condizioni abitative degli anziani nel centro storico genovese a cura di Costanzi, C, e Gazzola, A., Milano: FrancoAngeli
- Gazzola, A., (2003). Trasformazioni urbane: società e spazi di Genova, Napoli: Liguori
- Glänzel, G., Krlev, G., Schmitz, B., & Mildemberger, G. (2013). Report on the feasibility and opportunities of using various instruments for capitalising social innovators-deliverable 4.3 of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE). European Commission-7th Framework Programme.
- Gerelli, E. (1995). Società post-industriale e ambiente (Vol. 249). Laterza.

Germak, C., Bistagnino, L., & Celaschi, F. (2008). *Uomo al centro del progetto: design per un nuovo umanesimo*. Torino: Umberto Allemandi & C.

Gershenfeld, N. A. (2005). *Fab: dal personal computer al personal fabricator*. Torino: Codice.

Gershenfeld, N. A., Gershenfeld, A., & Cutcher-Gershenfeld, J. (A c. Di). (2017). *Desi-gning reality: how to survive and thrive in the third digital revolution*. New York: Basic Books.

Governa, F. (1997). *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo* (pp. 5-206). FrancoAngeli.

Guano, E. (2017). *Creative Urbanity: An Italian Middle Class in the Shade of Revitalization*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Hagel, J., Seely Brown, J., Kulasoorya, D., Giffi, C., Chen, M. (2015). *The future of manufacturing. Making things in a changing world*. Deloitte University Press.

Haraway, D. J. (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene*. Duke University Press.

Himanen, P., Torvalds, L., Castells, M., & Zucchella, F. (2007). *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*. Milano: Feltrinelli.

Hofstadter, D. R. (2013). *Gödel, Escher, Bach: un'Eterna Ghirlanda Brillante: una fuga metaforica su menti e macchine nello spirito di Lewis Carroll*. Milano: Adelphi.

Illich, I. (2013). *Disoccupazione creativa* (E. Capriolo, Trad.). Como: Red Edizioni.

Imbesi, L. (2016). *Design for social innovation in Canada*. Champaign, IL: Common Ground Publishing.

Impact of the Maker Movement, Developed by Deloitte Center for the Edge and Maker Media from the Maker Impact Summit (Dec. 2013). Scaricabile da <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology-media-telecommunications/us-maker-impact-summit2-2014-09222014.pdf>

Inti I., Cantaluppi G., Persichino M. (2014), *Temporioso. Manuale per il riuso temporaneo di spazi in abbandono in Italia*. Milano: Altra Economia.

Iori E., Sbarzaglia D. (2019), *Il riuso temporaneo come prassi adattiva per nuove politiche urbane di rigenerazione della città*, in *Atti della XXI Conferenza Nazionale SIU "Confini, movimenti, luoghi politiche e progetti per città e territori in transizione"*, Università degli Studi di Firenze, 6-8 Giugno 2018, Roma-Milano: Planum Publisher

Jaffe, E. (2014). 7 Charts that show how good mass transit can make a city more affordable. *The Atlantic/CityLab*.

Jacobs, J., & Olmo, C. (2009). *Vita e morte delle grandi città: saggio sulle metropoli americane*. Torino: Einaudi.

Jégou, F. and Manzini, E. (2008). *Collaborative services. Social innovation and design for sustainability*, Milano: Edizioni Polidesign.

Jokela, M., Bleidorn, W., Lamb, M. E., Gosling, S. D., & Rentfrow, P. J. (2015). Geographically varying associations between personality and life satisfaction in the London metropolitan area. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(3), 725–730. <https://doi.org/10.1073/pnas.1415800112>

Keynes, J. M., & Rossi, G. (2009). *Possibilità economiche per i nostri nipoti*. Milano: Adelphi.

Kerr, C. (1963). *The idea of a multiversity. The uses of the university*, 5, 1-45.

La Pietra, U. (1988). *Genius loci* (Vol. 28). Alinea.

La Pietra, U. (2018). *Fatto ad arte: né arte né design: scritti e disegni (1976-2018)* (Prima edizione). Venezia: Marsilio.

Lampugnani, D., & Cappelletti, P. (2016). *Innovazione sociale e generatività sociale: quale trasformazione delle relazioni sociali?*

Landry, C., & Rainò, M. (2009). *City making: L'arte di fare la città*. Codice.

Lanza, G. G. (2017). Nuove sinergie tra territori e imprese: le benefit corporation come possibili attori di sviluppo sostenibile. Documenti geografici, (1), 37-61.

Lanzani A., Zanfi F. (2010). Piano Casa. E se la domanda fosse quella di ridurre gli spazi?, Dialoghi Internazionali – Città nel Mondo, 13: 126-145.

Lanzavecchia, C. (2012). Il fare ecologico. (versione aggiornata) Paravia, Turin.

Latouche, S. (2008), La scommessa della decrescita, Milano: Feltrinelli Editori

Latouche, S. (2016). La decrescita prima della decrescita: precursori e compagni di strada. Torino: Bollati Boringhieri.

Le Galès, P. (1998), "Regulation and Governance of European Cities", International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 22, n. 3, 481-506.

Lefebvre, H. (2014). Il diritto alla città. Verona: Ombre Corte.

Levy, S., & Legoprint. (2002). Hackers: Gli eroi della rivoluzione informatica. Shake.

Lewis, M., & Legrenzi, P. (2017). Un'amicizia da Nobel: Kahneman e Tversky, l'incontro che ha cambiato il modo di pensare. Cortina.

Lynch, K., & Ceccarelli, P. (2013). L'immagine della città. (Prima edizione digitale). Venezia: Marsilio Editore.

Mac Cannel, S. and Lippard, L. R. (1999). The Tourist: A new theory of Leisure Class, University of California Press, Oakland.

Maffei, S., Bianchini, M. (2015). Emerging Production Models: "A Design Business Perspective" in Faust, J., Junginger, S. Designing Business. Berg Publisher. Make/Intel Maker Market Study: An In-depth Profile of Makers at the Forefront of Hardware Innovation.

Maffei, S., & Bianchini, M. (2015). La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane. Fondazione Feltrinelli.

Maffei, S., Bianchini, M., City Making. Nuovi metabolismi urbani tra micro e autoproduzione in diid disegno industriale | industrial design, 57_14 - <http://www.disegnoindustriale.net/diid/city-making-nuovi-metabolismi-urbani-tra-micro-e-autoproduzione/#>

Maino, F., & Ferrera, M. (2019). Nuove alleanze per un welfare che cambia: Quarto rapporto sul secondo welfare in Italia: 2019. G. Giappichelli.

Maldini, I. (2014). Digital Makers: an Ethnographic Study of the FabLab Amsterdam users in a matter of design - 5th STS Conference. Politecnico di Milano – 12th – 14th June;

Maldonado, T., (1995). Che cos'è un intellettuale? Avventure e disavventure di un ruolo (1. ed). Feltrinelli.

Maldonado, T. (2008), Disegno industriale: un riesame, Milano: Feltrinelli Editori

Maldonado, T. (2010), Arte e artefatti. Milano: Feltrinelli Editori

Manzini E., Staszowski E. (eds) (2013). Public and Collaborative, DESIS Network

Manzini, E and Meroni, A. (2014). 'Catalysing social resources for sustainable changes. Social innovation and community centred design', in: Vezzoli C., Kohtala C. and Srinivasan A. (edited by), Product-Service System Design for Sustainability. Greenleaf Publishing; Sheffield, pps. 362-379.

Manzini, E. (2015). Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Manzini, E. (2018). Politiche del quotidiano: progetti di vita che cambiano il mondo. Roma: Edizioni di Comunità.

Manzini, E. and Meroni, A. (2013). 'Design for Territorial Ecology and a New Relationship between City and Countryside: The Experience of the Feeding Milano Project'. In Walker, S. and Giard, J. (edited by) The Handbook of Design for Sustainability, Berg, Bloomsbury, London, Chapter 15, pps. 237-254

Manzini, E., Baule, G., & Bertola, P. (2004). *Design multiverso: appunti di fenomenologia del design*. Milano: Poli.design.

Mari, E. (2002). *Autoprogettazione?*, Mantova: Edizioni Corraini.

Martinello, L. (2017). *L'accoglienza dolce Il modello del Comune di Riace e l'utopia della normalità: un welfare generativo è possibile?* (Bachelor's thesis, Università Ca' Foscari Venezia).

Mason, M. (2009). *Punk capitalismo: come e perchè la pirateria crea innovazione*. Milano: Feltrinelli.

Masulli, I. (2014). *Chi ha cambiato il mondo?* Gius. Laterza & Figli Spa.

Mattioli C., Setti G. (2018), *Reggio Emilia Approach. La rigenerazione urbana, produttiva e sociale delle ex Officine Meccaniche Reggiane, Officina**, 22: 92-95.

Maturana, H. R., & Varela, F. J. (1985). *Autopoiesi e cognizione: la realizzazione del vivente*. Marsilio editori.

Mazzucato, M. (2018). *Il valore di tutto: chi lo produce e chi lo sottrae nell'economia globale*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Mazzucato, M. (2014). *Lo Stato innovatore: sfatare il mito del pubblico contro il privato*. Roma; Bari: Laterza.

Meadows, D., Meadows, D., & Randers, J. (2006). *I Nuovi limiti dello sviluppo: la salute del pianeta nel terzo millennio*. Milano: Mondadori.

Menichelli, M., Manzini, E. (2004). *Reti collaborative. Il design per una auto organizzazione Open p2p*. Tesi di laurea: Milano

Menichinelli, M. (2016). *Fab Lab e maker: laboratori, progettisti, comunità e imprese in Italia*. Macerata: Quodlibet.

Menichinelli, M., & Ranellucci, A. (2015). *Censimento dei laboratori di fabbricazione digitale in Italia 2014*. Roma: Fondazione Make in Italy CDB. Accessibile su <http://www.makeinitaly.foundation/censimento-dei-laboratori-fabbricazione-digitale-in-italia/>

Menichinelli, M., Bianchini, M., Maffei, S., Carosi, A. (2015). "Designing and making: what change in design schools. A first systemic overview of Makers in Italy and their educational contexts" in Summer Cumulus Conference, Politecnico di Milano, Milan, 3th -7th June

Meroni, A. (2013). *Un inventario di creatività necessaria per il futuro. / An inventory of creativity necessary for the future in Inventario*, n. 07, Corraini Edizioni, Milano, pg 132-145

Meroni, A. (2007). *Creative Communities. People inventing sustainable ways of living*. Edizioni Polidesign.

Mezzalama, G., (2008). *Quartiere Falchera*, in Giusti, M.A - Tamborrino, R., (2008) *Guida all'architettura del Novecento in Piemonte (1902-2006)*, U. Allemandi, Torino, pp. 284-285.

Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani* (1. ed). Venezia: Marsilio.

Micelli, S. (2016). *Fare è innovare: il nuovo lavoro artigiano*. Bologna: Il mulino.

Milgram, S. (1967), "The small world problem", in *Psychology today*, vol. 2, issue 1, pp. 60-67.

MISE, (2015) *Documento di Descrizione dell'Impatto Sociale*.

Mistry, N., Byron J., (2011). *The Federal role in supporting urban manufacturing*. New York: Pratt center for community development.

Monteiro, M. (2019). *Ruined by design how designers destroyed the world, and what we can do to fix it*. Independently published

Morandi C., Di Vita S. (2015), *Ict, nuove modalità di produzione e processi di rigenerazione urbana*. I Fablab a Milano, *Imprese & Città*, 8: 81-88.

Mortara L., Ford S., Deradjat, D. (2014) *Centre for Technology Management, Institute for Manufacturing, University of Cambridge: "Classifying Fab Spaces: A Cluster Analysis"*.

Mortati, M., B. Villari, Maffei, S. (2016).
Le politiche per il design e il design per
le politiche: dal focus sulla soluzione alla
centralità della valutazione.
Santarcangelo di Romagna: Maggioli.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., Sanders, B.,
University of Oxford, & Skoll Centre for Social
Entrepreneurship. (2007). Social innovation:
what it is, why it matters and how it can be
accelerated. London: Young Foundation.

Müller, R. M., & Thoring, K. (2012). Design
thinking vs. lean startup: A comparison of two
user-driven innovation strategies. *Leading
through design*, 151, 91-106.

Munarín, S., Tosi, M.C., (2011). Tra welfare
state e welfare space, in *Officina Welfare
Space, Spazi del welfare. Esperienze luoghi
pratiche*, Macerata, Quodlibet, 14-37.

Muratovski, G., (2015). The Death Spiral in
Design. *Journal of Design, Business & Society*.
1. 3-6. 10.1386/dbs.1.1.3_2.

Muratovski, G. (2016). *Research for designers:
a guide to methods and practice*.
London: Sage Publications.

Murray, R., Grice, J.C., Mulgan, G. (2013).
Il libro bianco sull'innovazione sociale.
Nesta Open book.

Musso, S., *Il lungo miracolo economico*.
Industria, economia, società, in *Tranfaglia*,
N., (1999), *Storia di Torino. Gli anni della
Repubblica*, IX, Einaudi, pp. 49-100

Novak, J. D., & Gowin, D. B. (2001).
Imparando a imparare. Sei.

Novara, C., & Lavanco, G. (2008). *Il setting
della ricerca-azione: quadro epistemologico,
riflessività e analisi della domanda*.
Psicologia di comunità.

Olivastri, C., (2018). *Con-temporaneo: Design
per il riuso di spazi abbandonati: premio
per una ricerca sui temi della rigenerazione
urbana*. Gangemi.

Open Source Hardware Association, (2013).
OSHOWA Community Survey 2013. Scaricabile
da <http://www.oshwa.org/oshw-community-survey-2013/>.

Pacchi C. (2015), *Coworking e innovazione
urbana a Milano*, *Imprese & Città*, 8: 89-95.

Pacchi C. (2017), *Sharing Economy:
makerspaces, co-working spaces, hybrid
workplaces, and new social practices*,
in Armondi S., Di Vita S. (eds.), *Milan.
Productions, Spatial Patterns and Urban
Change*, Abingdon: Routledge, 73-83.

Papanek, V. (1973). *Progettare per il mondo
reale: il design: come è e come potrebbe essere*.
A. Mondadori.

Parente, M., Lupo, E., Sedini, C. (2017).
*TEORIA/PRATICA - Dialoghi sul Design per i
Territori*. Milano, Open book.

Park, R. E., Burgess, E. W. and McKenzie, R. D.
(1967). *La Città* (orig. ed. *The City*, 1925).
Edizioni di Comunità, Ivrea.

Parkinson, J.A., Pantoja, R., Pérez, F.P.
(2018). *Psicología del espacio (Psychology of
space)*. London: *Conscious Cities Anthology
2018: Human-Centred Design, Science, and
Technology*. ISSN 2514-6815. DOI:10.33797/
CCA18.06

Pasqui G. (2008), *Città, popolazioni, politiche*,
Milano: Jaca Book.

Pedrocco, G., (2013). *Bologna industriale in
Storia di Bologna*, a cura di Zangheri, R., (2013).
Bologna: Bononia University Press.

Pelizzaro, P., & Scopelliti, L. (2018).
*Il cambiamento dalla città smart alla città
sensibile. Economia & management: la
rivista della Scuola di Direzione Aziendale
dell'Università L. Bocconi*, (1), 35-39.

Perniola, M. (2015) *L'arte espansa*,
Giulio Einaudi editore, Torino.

Peruccio, P. P., Di Salvo, A., & Bosica, M.
*Il Patrimonio mondiale UNESCO di Ivrea,
città industriale del XX secolo: analisi
di un sistema integrato per la divulgazione
dei valori Olivetti nell'età scolare*.
Tesi di Laurea, Politecnico di Torino.

Piatti, A. (2017). *Il ritorno al centro: la cultura
come motore di crescita per la città di Genova*.
On the w@terfront, (54), 41-58.

Piazza, E., (2017). L'innovazione fa impresa a Genova, Genova.

Piscitelli, M., (2011). Comunicazione visiva e grafica per un "turismo creativo" nei centri storici. In SAVE Heritage. Safeguard of architectural, visual, environmental heritage. La Scuola di Pitagora.

Poincaré, J. H., & Bartocci, C. (1997). Scienza e metodo. Milano: Einaudi.

Poli, S., Tringali, S., (2019) Dopo la città divisa: il futuro dei quartieri genovesi tra vecchie e nuove diseguaglianze. Genova: Genoa University Press.

Rago, S., Ruggero Villani, R., (2011). Glossario dell'economia sociale, AICCON Ricerca, - <https://www.aiccon.it/pubblicazione/glossario-delleconomia-sociale>

Ratti, C., & Claudel, M. (2017). La città di domani: come le reti stanno cambiando il fu-turo urbano. Torino: Einaudi.

Ratti, C., & Mattei, M. G. (2014). Smart city, smart citizen. Milano: EGEA.

Raworth, K. (2017). L'economia della ciambella: sette mosse per pensare come un economista del 21. secolo. Milano: Edizioni Ambiente.

Rawsthorn, A. (2018). Design as an attitude. Zürich: Ringier.

Renzoni C. (a cura di, 2018), Cinquant'anni di standard urbanistici (1968-2018). Radici, Territorio, 84: 21-76.

Resnick, E. (2019). ~The social design reader. Ava Pub Sa (11 luglio 2019)

Rifkin, J. (2014). La società a costo marginale zero. L'internet delle cose, l'ascesa del «commons» collaborativo e l'eclissi del capitalismo (L. Vanni, Trad.). Milano: Mondadori.

Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Currency.

Rizzo, F., Deserti, A., & Cobanli, O. (2017). Introducing Design Thinking in Social Innovation and in Public Sector: A design-based learning framework.

Robiglio M. (2017), RE-USA. 20 stories of adaptive reuse. A toolkit for post-industrial cities, Berlino: Jovis.

Rosa P., Ferretti F., Pereira A.G., Panella F., Wanner M. (2017), Overview of the Maker Movement in the European Union, Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Rossi, M. (2017). 'Design Doing': what if we put more design into design thinking? In: 4D Designing Development Developing Design, Kaunas, 28-30 September 2017

Rullani, E. (2017). Distretti industriali e nordest: dal vecchio al nuovo, la difficile transizione. Economia e società regionale.

Russo, D. (2010). La visione sociale del design alle sue origini.

Saunders, T., & Mulgan, G., (2017). Governing with collective intelligence. Nesta UK.

Sassen, S., (2010). Le città nell'economia globale. Il mulino.

Sassen, S., (2016). Global networks, linked cities. Routledge.

Sassen, S., (2019). Cinque domande a Saskia Sassen sui costi della globalizzazione. il Mulino, 68(4), 659-664.

Scalera, G. (2015). Design nella società estemporanea, Roma: List.

Schiavo, S. (2017). Maker: cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali. Milano: F. Angeli.

Schumacher, E. F. (2011). Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Milano: Ugo Mursia Editore.

Schumpeter, J. A. (2001). Capitalismo, socialismo e democrazia (5 edizione; E. Zuffi, Trad.). Milano: Etas.

Schwab, K., (2019). John Maeda: "In reality, design is not that important". Recuperato 31 marzo 2019, da Fast Company website: <https://www.fastcompany.com/90320120/john-maeda-in-reality-design-is-not-that-important>

Secchi, B. (2013). *La città dei ricchi e la città dei poveri* (1. ed). Roma: Laterza.

Selloni D. (2013). 'Service Makers. City dwellers and designers creating a Local Distribution System'. 10th European Academy of Design Conference. Crafting the Future. Göteborg: HDK, School of Design and Crafts, 17-19 April 2013

Selloni, D. (2014). Designing for public-interest services. Citizen participation and collaborative infrastructures in times of societal transformation.

Sennett, R. (2014). *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione* (A. Bottini, Trad.). Milano: Feltrinelli.

Sennett, R. (2018). *Costruire e abitare: etica per la città*. Milano: Feltrinelli.

Sennett, R., & Bottini, A. (2017). *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli.

Seu G. (2019), Perché i fablab trainano l'innovazione tra Emilia e Veneto, *Wired.it*, 15 marzo.

Sheridan K., Halverson E. R., Litts B., Brahms L., Jacobs-Priebe L., Owens T. (2014), *Learning in the Making: A Comparative Case Study of Three Makerspaces*, *Harvard Educational Review*, 84(4): 505-531.

Shove, E., Watson, M., & Ingram, J. (2005, September). The value of design and the design of value. In *Joining Forces*, Design Conference, Helsinki.

Simeone, G. (2012). *Un laboratorio territoriale per il design dei servizi. Il caso di Nutrire Milano, energie per il cambiamento. Territorio* 60.2012, marzo 2012. pp. 55-60. Milano, Franco Angeli.

Simon, H. A. (1988). *Le scienze dell'artificiale* (A. Trani, Trad.). Bologna: Il Mulino.

Simmel, G. and Jeddowski, P. (1995). *Le metropoli e la vita dello spirito*, Roma: Armando Editore.

Simmel, G. (2018). *Sociologia*. Meltemi.

Sinni, G., (2019). *Designing Civic Consciousness / ABC per la ricostruzione della coscienza civile*. Roma: Quodlibet.

Sleigh A., Stewart H., Stokes K. (2015), *Open Dataset of UK Makerspaces. A User's Guide*, London: Nesta.

SocialFare. (2014, novembre 13). *Scalabilità, la forza delle buone idee*. Recuperato 31 marzo 2019, da SocialFare website: <http://socialfare.org/scalabilita-la-forza-delle-buone-idee/>

Storper, M. (2013). *Keys to the city: how economics, institutions, social interactions, and politics shape development*. Princeton: Princeton University Press.

L., Bailey J., Julier G., & Kimbell L. (2014). *Social Design Futures: HEI Research and the AHRC*, University of Brighton and Victoria and Albert Museum.

Tantucci, E., (2011). *A che ora chiude Venezia?* Venezia: Corte del Fontego.

Tassi, R., & Meroni, A. (2019). *#Service designer: Un progettista alle prese con sistemi complessi*. Milano . FrancoAngeli.

Terrin, J. J. (2015). *Dal cucchiaino alla città*. IN_ BO. *Ricerche e progetti per il territorio, la città e l'architettura*, 6(3).

Thackara, J. (2015). *How to Thrive in the Next Economy: Designing Tomorrow's World Today* (01 edizione). London: Thames & Hudson.

Thackara, J., & Peruccio, P. P. (2008). *In the bubble. Design per un futuro sostenibile* (N. Betori, Trad.). Torino: Allemandi.

Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2014). *Nudge. La spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità*. Feltrinelli Editore.

Tharp, B. M., & Tharp, S. M. (2018). Discursive design: Critical, speculative, and alternative things. Cambridge, MA: The MIT Press.

Tinagli, I., & Florida, R. (s.d.). L'ITALIA NELL'ERA CREATIVA. 58.

Tolman, E. C. (1948). Cognitive maps in rats and men. Psychological review, 55(4), 189.

Trivelli, G., (2012). Deindustrializzazione e processi di riqualificazione urbana. Città postmoderne a confronto. eBook: Youcanprit

Van Holm E.J. (2015), Makerspaces and Contributions to Entrepreneurship, Procedia – Social and Behavioral Sciences, 195: 24-31.

Vannicola, C. (2017). La proseg strategy: Il design del prodotto servizio evento. Firenze: Forma.

Vezzoli C. (2010). System design for sustainability. Theory, methods and tools for a sustainable "satisfaction-system" design. Patronised United Nations (DESD). II ed. Rimini: Maggioli editore.

Vezzoli C., Kohtala C. and Srinivasan A. (2014). (edited by), Product-Service System Design for Sustainability. Greenleaf Publishing; Sheffield

Vilarem, E. (2019). The role of attachment in place-protective behaviours. London: Conscious Cities Anthology 2019: Science-Informed Architecture and Urbanism. ISSN 2514-6815 DOI:10.33797/CCA19.01.11

Villari, B. (2012). Design per il territorio: un approccio community centred. Milano: F. Angeli.

Weber, M., Cacciari, M., & Tuccari, F. (2009). La politica come professione. A. Mondadori.

Zurlo, F. (2012). Le strategie del design: disegnare il valore oltre il prodotto. Assago: Libraccio.