

L'INNOVAZIONE SOCIALE E IL RIPENSAMENTO DELLA RELAZIONE TRA
POLITICHE PUBBLICHE, INIZIATIVE PRIVATE E COMUNITÀ DI PRATICHE

Francesca Silvia ROTA¹

ABSTRACT

Sebbene negli ultimi anni l'innovazione sociale abbia catalizzato l'attenzione di un insieme consistente e articolato di soggetti, non esiste ad oggi un quadro teorico e metodologico chiaro attorno a questo concetto. Le sperimentazioni sono così eterogenee per finalità e caratteristiche da far pensare all'ennesimo concetto 'ombrello' (retorico, vago, inconsistente), adottato più per effetto di una moda che per un'adesione motivata. Nello stesso tempo, però, l'innovazione sociale presenta anche alcune potenzialità rilevanti. Tra le principali, l'articolo si focalizza sulla capacità di generare nuove forme di regolazione e azione collettiva che scardinano la tradizionale distinzione tra ciò che è formale (o a regia pubblica) e ciò che è informale (o indipendente), imponendo il ripensamento della relazione tra politiche pubbliche, iniziative private e comunità di pratiche. Nel fare ciò, si presenta il caso della mostra-evento Paratissima nel quartiere torinese di San Salvario.

Parole chiave: innovazione sociale, politiche pubbliche, comunità di pratiche, San Salvario

¹ DIGEP (Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione) del Politecnico di Torino. Viale Mattioli 39, 10125, Torino. Mailto: francesca.rota@polito.it

1. INTRODUZIONE

Negli ultimi anni il concetto di innovazione sociale o *social innovation* (di qui in avanti, SI) ha catalizzato l'attenzione di un insieme consistente e articolato soggetti. Da un lato, si sono moltiplicati i casi in cui la SI è stata usata come nuovo approccio all'innovazione. Dall'altro lato, sono sempre più numerose le sedi in cui la SI è promossa come strumento di azione politica. Ma, sia che la si consideri uno strumento analitico, sia che la si interpreti come strategia, l'elemento che più connota la SI sembra essere la forte indeterminatezza. Declinazioni tecnicistiche, focalizzate sull'impiego di soluzioni ICT, social media e piattaforme web, si accompagnano a definizioni di tipo economico e istituzionale, in cui centralità è data, rispettivamente, alla sperimentazione di nuovi mercati e modelli di business o all'implementazione di processi collettivi di decisione e azione.

Le stesse istituzioni comunitarie – che pure l'hanno assunta tra le priorità dell'agenda europea – forniscono declinazioni diverse di SI a seconda dell'area di policy coinvolta (Perello, 2014). Accade così che l'innovazione sociale rischi di diventare un concetto retorico, vago e inconsistente, adottato più per effetto di una moda che per un'adesione convinta Roth (2009). Nello stesso tempo, però, la SI presenta anche diverse potenzialità rilevanti (Murray, Caulier-Grice e Mulgan 2010; Pot e Vaas, 2008; Young Foundation, 2012, Pol e Ville, 2009; Goldsmith et al., 2010). La sua 'utilità', in particolare, è associata all'attuale fase di crisi del welfare state e ripensamento critico del modello di sviluppo capitalista e neoliberale.

Innanzitutto, in quanto pratica tesa a generare insieme valore economico e sociale, la SI è spesso proposta come mezzo per portare a sintesi gli obiettivi della competizione economica, della coesione sociale e dello sviluppo locale o, quanto meno, come strumento per cercare di porre rimedio alle principali ingiustizie e inefficienze dell'economia di mercato.

In secondo luogo, la SI permette di creare valore dal capitale intangibile di imprese e territori, attivando energie normalmente considerate residuali dal punto di vista economico e tecnologico. Attraverso iniziative di imprenditoria sociale, co-progettazione, democrazia partecipativa, crowdfunding, crowdsourcing e così via, soggetti tendenzialmente 'negletti' quali i cittadini comuni, gli operatori del terzo settore e gli imprenditori sociali sono messi al centro dell'attenzione dei policy maker sia dal punto di vista della domanda di innovazione, sia dal punto di vista dell'offerta. Il fine è generare innovazioni utili che soddisfino le reali esigenze della società (o di segmenti di essa).

Un terzo aspetto riguarda la possibilità di realizzare la cosiddetta "società della conoscenza". Attraverso i laboratori di innovazione e altre iniziative di SI quali i progetti di open innovation, i living labs, i fablabs ecc. l'innovazione e lo sviluppo tecnologico cessano di essere processi elitari, limitati a poche categorie di professionisti (inventori, ingegneri, creativi ecc.), ma diventano esperienze aperte e pervasive, accessibili a tutti.

Per quel che attiene l'elaborazione teorica, la SI è anche associata a alcune rilevanti modifiche nel modo in cui si è soliti intendere l'innovazione e la prassi politica. Tra le principali: lo spostamento del focus dell'attenzione sui processi cognitivi e sulle forme di sapere *contestuale* – ossia attinenti le conoscenze, abitudini, routines ed istanze del contesto locale – per l'identificazione di bisogni insoddisfatti e potenzialità tecnologiche latenti (problem-finding); lo spostamento dell'attenzione dalle relazioni tecnologiche e economiche alle relazioni sociali; l'ampliamento delle tipologie di attori ritenute rilevanti nella generazione della domanda e offerta di innovazione (cfr. concetto di *quadrupla elica* e centralità della co-progettazione tra imprese e società civile per la risoluzione di problematiche condivise); il ripensamento della relazione tra politiche pubbliche, iniziative private e comunità di pratiche. Partendo da quest'ultima considerazione, il paper intende riflettere su come, muovendo dal basso, la SI generi nuove forme di regolazione e azione collettiva che scardinano la tradizionale distinzione tra politiche formali, o a regìa pubblica, e pratiche informali.

Per fare questo si analizza il caso di Paratissima, la mostra-evento di arte contemporanea organizzata per alcuni anni nel quartiere torinese di San Salvario. È questa, infatti, un'iniziativa privata senza iniziale pretesa di sviluppo locale sia diventata - in modo inatteso persino per i suoi organizzatori ! - un esempio di innovazione sociale con rilevanti ricadute a livello locale e capace di affermare un nuovo modo di produrre, fruire e comunicare l'arte contemporanea.

Nel paragrafo 2 si focalizza l'attenzione sulla SI come sperimentazione di nuove forme di regolazione e azione politica. In questo stesso paragrafo si propone una definizione di SI che permetta di identificare le iniziative con carattere di innovazione sociale. Il paragrafo 3 introduce il lettore al caso di studio della mostra-evento Paratissima nel quartiere torinese di San Salvario. Nel paragrafo 4 i risultati delle interviste condotte con varie tipologie di soggetti esperti dell'edizione 2011 di Paratissima sono utilizzati per dimostrare come iniziative di SI scardinino la tradizionale distinzione tra politiche formali (o a regìa pubblica) e pratiche informali. Muovendo da questi risultati, il paper propone come riflessione conclusiva la necessità di un ripensamento della relazione tra politiche pubbliche, iniziative private e comunità di pratiche a partire dall'identificazione e analisi di casi di studio concreti

2. LA SI COME STRUMENTO DI AZIONE POLITICA

Come si è detto nell'introduzione, esistono molte diverse definizioni di SI. Provando a sistematizzare quanto proposto nella letteratura sono almeno tre i paradigmi chiamati in causa (Rota, 2014):

- Innovazione *dalla* società. Alla base vi è il riconoscimento del protagonismo di tutte le componenti della società (terzo settore e società civile inclusi) nella generazione di nuove idee, prodotti/servizi, processi e pratiche;

- Innovazione *per la* società. Secondo questa visione, il fine del processo innovativo è la risoluzione di problematiche che interessano la società in modo diffuso (invecchiamento, cambiamento climatico, giustizia sociale) e/o il soddisfacimento delle istanze di una specifica comunità locale;
- Innovazione *nella* società. L'innovazione è intesa come l'esito di processi 'aperti' e 'reticolari' che pervadono in modo diffuso un vasto sistema di attori (imprese, enti, istituzioni pubbliche e private ecc.) e fattori istituzionali (regole, comportamenti, conoscenze, convenzioni).

Le numerose definizioni esistenti di SI si differenziano per il diverso peso attribuito a ciascun di questi paradigmi più che per una qualche distinzione tipologica delle innovazioni considerate. Il progetto TEPSIE, per esempio, identifica sei tipi di innovazione sociale: i) nuovi prodotti e tecnologie; ii) nuovi servizi; iii) nuovi processi; iv) nuovi mercati; v) nuove piattaforme (es. quadri legali e regolatori); vi) nuovi modelli organizzativi; vii) nuovi modelli di business. Secondo Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) “a social innovation can be a product, production process, or technology (much like innovation in general), but it can also be a principle, an idea, a piece of legislation, a social movement, an intervention, or some combination of them”. L'importante è che si tratti di una “novel solution to a social problem that is more effective, efficient, sustainable, or just than existing solutions and for which the value created accrues primarily to society as a whole rather than private individuals”.

In modo simile, Mulgan (2006:146) afferma che “social innovation refers to innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly diffused through organizations whose primary purposes are social”. Nello stesso tempo, però, l'autore veicola anche l'idea di una distinzione di principio² tra innovazione sociale e innovazione di mercato. “Business innovation is generally motivated by profit maximization and diffused through organizations that are primarily motivated by profit maximization”.

In generale, chi focalizza l'attenzione sul primo dei due termini che compongono dell'espressione *innovazione sociale* pensa alla SI come a nuova tipologia innovativa, che si affianca a quelle dell'innovazione scientifica, dell'innovazione tecnologica e dell'innovazione organizzativa. Chi invece si concentra sul secondo termine, tende a considerare la SI come un nuovo modo di affrontare le questioni dell'economia e della società incentrato sulle dimensioni della co-progettazione e della partecipazione dal basso.

Mentre la prima condizione è diffusa soprattutto tra chi si occupa di produzione e modelli di business, la seconda trova ampio riscontro a livello di politiche e pratiche. Questo perché, secondo un'interpretazione sufficientemente condivisa, l'innovazione sociale non solo

² Lo stesso Mulgan riconosce come nella 'vita reale' si incontrino molti “borderline cases” come nel caso di alcuni modelli di apprendimento a distanza inizialmente sperimentati in organizzazioni del terzo settore e poi adottati da imprese interessate a sviluppare nuovi modi di aiutare l'inserimento lavorativo delle persone disabili.

consente di rispondere in modo innovativo ad alcuni bisogni, ma propone anche nuove modalità di decisione e di azione. Un esempio in questo senso è l'adozione da parte della PA di strumenti quali i living labs o i *laboratori di innovazione e design*, a cui viene attribuito il merito di agevolare l'acquisizione di nuovi schemi e processi di innovazione, facilitando altresì la creazione di nuove pratiche condivise (Orestano, 2014). Analogamente, l'innovazione del crowdsourcing non solo utilizza Internet e i social media per realizzare una nuova modalità nella raccolta dei dati, ma favorisce anche un modo nuovo di comportamento basato sulla condivisione e messa a sistema delle informazioni. Lo stesso si può dire per il movimento Slow Food, cui va il merito di aver diffuso una nuova filosofia di approccio al cibo (alla sua produzione, al suo consumo e alla sua salvaguardia) basata sui principi del buono, giusto e pulito.

Focalizzando l'attenzione sulla SI come strumento di azione politica, un altro aspetto che emerge è l'estrema varietà di azioni, interventi, strumenti, eventi, progetti, movimenti ecc. che sono ricondotti al concetto di innovazione sociale per il semplice fatto di perseguire, attraverso processi partecipativi, il soddisfacimento dei bisogni di una collettività di individui. Com'è evidente, però, una simile definizione si adatta a praticamente qualsiasi nuova iniziativa di tipo sociale, senza avere tra l'altro ben chiaro a quale aspetto dell'iniziativa debba essere riferito l'aggettivo sociale: alla motivazione? al settore di riferimento? al problema/effetto indirizzato? allo strumento? o, com'è probabile, a una qualche combinazione di più aspetti? Ma mentre la questione del settore è – almeno apparentemente³ – facilmente identificabile, più difficile è capire quando una motivazione è sociale e quando non lo è. Come osservano Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) “motivations cannot be directly observed, and they are often mixed. As a result, they are not a reliable basis for determining what is social and what is not”. Anche l'identificazione di quale sia un obiettivo sociale è problematica. Sebbene diversi autori ritengano che ci sia oggi un sufficiente consenso su quali siano problemi e bisogni sociali, si ritiene qui che per molti di essi la discussione sia aperta. Ad esempio, è corretto includere la preservazione dell'ambiente naturale, la diffusione di arte e cultura tra gli obiettivi di tipo sociale? Probabilmente sì, soprattutto nel momento in cui gli effetti perseguiti interessano gruppi ampi di stakeholder. Ma che dire della protezione degli animali randagi? o della produzione di contenuti (testi, immagini, musiche, video) distribuiti come creative commons?

Evidentemente i confini sono molto labili. E nemmeno i tentativi di distinguere tra iniziative che creano valore economico e valore sociale (benefici o riduzioni di costi ottenuti con modalità che superano gli interessi e le logiche di mercato) o tra iniziative che creano benefici per i singoli individui e per la società nel suo complesso (o segmenti di quest'ultima) servono a dipanare i dubbi.

³ Diversi autori ammoniscono rispetto all'equazione “sociale = no profit/NGO” in quanto in questo modo si escludono metodi e modelli imprenditoriali o del pubblico settore che possono comunque generare valore sociale.

Per evitare un allargamento eccessivo del termine, si ritiene qui che, per fare innovazione sociale, non sia sufficiente produrre valore sociale, ma occorra implementare azioni che siano la base per nuovi modelli: iniziative capaci non solo di stabilire una discontinuità in positivo rispetto alle normali pratiche vigenti, ma di essere anche dei modelli replicabili (*milestones*), su cui aprire nuove opportunità di mercato e occupazione.

In altri termini, nelle iniziative di SI due sono le condizioni che non dovrebbero mancare:

- la creazione di valore sociale (benefits to the public or to society as a whole) contestualmente alla generazione di valore economico (gains for entrepreneurs, investors, and ordinary, not disadvantaged, consumers), con modalità tali per cui il bilancio tra i due tipi di valore sia in favore del valore sociale. Il valore economico, d'altro canto, non deve necessariamente essere di tipo monetario; né deve necessariamente prodursi nell'immediato, ma nel periodo (breve, medio, lungo) necessario per passare dalla sperimentazione di un progetto pilota alla formalizzazione di un modello replicabile;
- l'individuazione di soluzioni inedite a problemi che difficilmente potrebbero trovare soddisfazione nei tradizionali circuiti politici ed economici. Molte innovazioni creano benefici per la società aumentando l'occupazione, la produttività e la crescita economica, o anche solo incrementando l'efficienza della pubblica amministrazione o migliorando le condizioni ambientali e l'attrattiva di un determinato luogo. Tuttavia questo non è sufficiente per parlare di innovazione sociale. Occorre realizzare nuovi modelli, alternativi rispetto a quelli vigenti. Citando Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008), "it is only when markets fail – in the case of public goods – that social innovation becomes important as a way to meet needs that would not otherwise be met and to create value that would not otherwise be created".

Quando verificate, queste condizioni aiutano a distinguere ciò che è SI da ciò che non lo è. Nello stesso tempo, però, l'accettazione di queste condizioni determina delle ricadute importanti nella teorizzazione della SI. Ad esempio, si presuppone che le iniziative di SI non possano essere definite come tali se non *a posteriori* e, magari, in modo non intenzionale. A sostegno di questa posizione è interessante osservare come, delle dieci recenti innovazioni sociali elencate in Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) – dalle charter schools americane⁴ agli strumenti della finanza di impatto, dal commercio equo e solidale ai piani di conservazione dell'habitat ecc. (cfr. scheda 1) - praticamente tutte siano state avviate senza che ci fosse l'intenzione di realizzare politiche di innovazione sociale. Inoltre, quando Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) affermano che le innovazioni sociali devono realizzare soluzioni più efficienti, efficaci, sostenibili e giuste di quelle esistenti è evidente che si tratti

⁴ Modello di scuole pubbliche liberate dall'obbligo di applicare i programmi e i regolamenti che disciplinano le scuole tradizionali introdotto negli USA agli inizi degli anni 90

di una constatazione possibile solo a posteriori, a seguito di una valutazione comparativa di qualche tipo.

Scheda 1 - Ten Recent Social Innovations (Fonte: Phills Jr., Deiglmeier, Miller, 2008)

- **Charter Schools:** publicly funded primary or secondary schools that operate free from some of the regulations that typically apply to public schools.
- **Community-Centered Planning:** a process that enlists the knowledge and resources of local residents to help craft appropriate solutions to local needs.
- **Emissions Trading:** a pollution control program that uses economic incentives to reduce emissions.
- **Fair Trade:** an organized movement that establishes high trade standards for coffee, chocolate, sugar, and other products, and certifies traders who pay producers a living wage and meet other social and environmental standards.
- **Habitat Conservation Plans:** an agreement that creates economic incentives for wildlife conservation by allowing development in the habitat of an endangered species if the property owner protects endangered species in another location.
- **Individual Development Accounts:** matched savings accounts that the working poor use to save for a college education, buying a home, setting up a business, and other productive activities.
- **International Labor Standards:** legally binding standards that protect workers' rights to freedom, equity, security, and human dignity.
- **Microfinance:** financial institutions that provide services such as banking, lending, and insurance to the poor and disadvantaged who otherwise have no access to these services.
- **Socially Responsible Investing:** an investment strategy that attempts to maximize both financial and social returns (that support environmental sustainability, human rights, and consumer protection).
- **Supported Employment:** programs that help disabled or otherwise disadvantaged workers find and retain good jobs.

Il carattere non intenzionale e “a posteriori” della SI trova anche riscontro nel carattere imprevedibile e fortemente aleatorio di questo tipo di innovazione. Essendo la SI un’innovazione finalizzata a risolvere problemi sociali in genere complessi, su cui incidono numerose variabili solo in minima parte controllabili, e che è portata avanti da gruppi eterogenei di individui le cui caratteristiche e razionalità non sono note apriori, difficilmente è possibile essere certi del risultato finale. Forse più ancora che per altri tipi di innovazione, la SI è un processo dall’esito non scontato. La tecnologia può certamente fornire un utile contributo per rendere più strutturati i processi di SI. Le piattaforme tecnologiche, ad esempio, possono favorire l’aggregazione delle iniziative e degli attori, facilitare la riproduzione dei micro-interventi a scale più ampie, permettere l’accesso alle necessarie risorse finanziarie e organizzative, e facilitarne altresì l’analisi attraverso valutazioni di tipo sistemico, interattivo e trasparente (Benussi e Rosso, 2014). Tuttavia, è anche vero che spesso la dimensione tecnologica diventa predominante, al punto che, nella visione di alcuni, la SI tende a coincidere con l’adozione di strumenti ICT e applicazioni di social media. Inoltre,

spesso si dimentica quanto le condizioni di contesto (o condizioni ecosistemiche, come suggerito dalla letteratura) siano fondamentali per il successo della SI (Abburà, Cagno e Marocchi, 2014a e 2014b).

Muovendo da queste considerazioni, il paper propone il caso della mostra-evento Paratissima in quanto esperienza interessante di politica informale che ha assunto negli anni i connotati di una innovazione sociale di successo. In particolare, sono ripresi i risultati di una campagna di interviste condotte con riferimento all'edizione 2011 della manifestazione (Rota e Salone, 2013a, 2013b, 2014).

3. PARATISSIMA E IL QUARTIERE DI SAN SALVARIO⁵

3.1. ORIGINI E SVILUPPO DI PARATISSIMA

Paratissima è la “mostra-happening” di arte contemporanea che dal 2005 si ripete annualmente a Torino come côté alternativo della fiera mercato internazionale *Artissima*. Insieme, *Artissima* e *Paratissima* rappresentano uno degli elementi più attrattivi e di successo di un più ampio sistema di attori, istituzioni e politiche che ha portato Torino ad essere uno dei principali centri italiani della scena artistica contemporanea. Ma mentre *Artissima* è un esempio di politica culturale tradizionale, o a regia pubblica, *Paratissima* si propone come iniziativa indipendente, “off”, che rifiuta il sistema istituzionalizzato delle gallerie, dei musei e delle mostre d’arte.

La prima edizione della manifestazione nasce dall’idea di alcuni giovani creativi intenzionati a realizzare, nel sistema urbano torinese, occasioni autogestite di fruizione artistica. Caratteristica saliente di queste iniziative è il fatto di essere aperte a tutti, senza l’imposizione di filtri da parte della ristretta élite dei critici e degli esperti di arte. Tuttavia, il grande successo che *Paratissima* riscuote sin dalla prima edizione induce un processo di rapida trasformazione che, nell’arco di pochi anni, porta modificarne forma e natura. Cruciale in questo è la scelta di realizzare nel quartiere multietnico di San Salvario la quarta edizione di *Paratissima*, quella del 2008, dandole la forma di un “evento di strada”, con le opere degli artisti esposte nei locali commerciali e terziari del quartiere. Grazie a questa scelta, poi confermata nelle successive quattro edizioni, la manifestazione ha acquisito una sempre maggiore stabilità, visibilità e istituzionalizzazione (Tabella 1), contribuendo altresì a imprimere un’impronta significativa sul quartiere. A questo proposito, le interviste condotte con diversi esperti dello sviluppo di San Salvario sottolineano come *Paratissima* abbia evidentemente contribuito alla trasformazione in senso economico, funzionale e identitario del quartiere di San Salvario, sempre più identificabile nel contesto torinese come *playscape* e destinazione della movida notturna.

⁵ Il contenuto di questo paragrafo riporta quanto elaborato in precedenti elaborati dell’autrice. Tra gli altri: Rota 2013.

Tab. 1 – Le edizioni di Paratissima

Anno	Sede	Dimensioni (stime)	Elementi distintivi
2005	Zona centro (appartamento in ristrutturazione)	1 giorno, 7 artisti, 300 visitatori	Organizzazione amatoriale, “domestica” Utilizzo di locali privati non utilizzati Ricorso alle reti di relazioni personali dei promotori Promozione mediante “passa-parola”
2006	Via Aosta 8 (fabbricato industriale dismesso)	2 giorni, 90 artisti, 3.500 visitatori, 3000mq	Organizzazione più strutturata e in rapida crescita Promozione mediante internet
2007	Corso Vittorio Emanuele II (ex carceri Le nuove)	3 giorni, 240 artisti, 13.000 visitatori	Organizzazione in crescita Ingresso degli sponsor tecnici Utilizzo di locali pubblici non utilizzati
2008	San Salvario	3 giorni, 222 artisti, 72 spazi espositivi, 20.000 visitatori, 51 eventi	Organizzazione in crescita Mostra-happening diffusa nel tessuto urbano (locali commerciali e sfitti) Coinvolgimento diretto di esercenti e enti del quartiere Ingresso di sponsor finanziari e patrocini Nuova visibilità come evento urbano.
2009	San Salvario	3 giorni, 375 artisti, 112 spazi espositivi, 40.000 visitatori, 175 eventi	Ristrutturazione per aree nella gestione Ampliamento nel coinvolgimento diretto di esercenti e enti del quartiere Interesse dello sponsor pubblico e istituzionale e inserimento nel Calendario Contemporary Art
2010	San Salvario	5 giorni 475 artisti, 183 spazi espositivi, 80.000 visitatori, 156 eventi	Ampliamento nel coinvolgimento diretto di esercenti e enti del quartiere Nuove iniziative: progetti curatoriali con artisti e gallerie, progetti speciali e sezioni tematiche, premiazioni
2011	San Salvario	5 giorni, 530 artisti, 230 spazi espositivi, 50.000 visitatori, 178 eventi	Ampliamento nel coinvolgimento diretto di esercenti e enti del quartiere Nuove iniziative: punti paratissima in altri eventi (The Others) e altre zone della città (mole antonelliana), flash-mob e corsi
2012	Area ex-Moi nel quartiere Borgo Filadelfia	5 giorni, 438 artisti, 95.825 visitatori, 180 performance e 50 progetti speciali	Location mista: grande area espositiva organizzata per aree comuni, gallerie e stand e alcuni spazi commerciali esterni.
2013	Area ex-Moi nel quartiere Borgo Filadelfia	5 giorni, 480 artisti, oltre 100.000 visitatori	Location: grande area espositiva organizzata per aree comuni, gallerie e stand

Fonte: Rota e Salone (2014)

3.2. PARATISSIMA, SAN SALVARIO E L' “EFFETTO QUARTIERE”

Uno dei risultati più interessanti delle interviste con i frequentatori di Paratissima riguarda l'influenza che il quartiere di San Salvario ha determinato sulla manifestazione. Se è infatti piuttosto evidente l'effetto moltiplicatore della localizzazione sansalvarina sui numeri della manifestazione (grazie ai caratteri di multiculturalità, accessibilità, riconoscibilità, qualità architettonica e capitale sociale che connotano questa porzione dello spazio urbano torinese), meno scontato è stato il processo di progressiva istituzionalizzazione e territorializzazione che ne è conseguito.

Con la decisione di aprire Paratissima al coinvolgimento degli attori del quartiere (commercianti, privati e istituzioni locali, a cui è stato chiesto di mettere a disposizione locali e spazi), Paratissima non ha solo assunto una dimensione sempre maggiore, ma è anche diventata più riconoscibile a livello urbano e integrata rispetto agli altri eventi del sistema torinese dell'arte contemporanea. Ciò ha comportato una modificazione nella percezione dell'evento: mentre gli organizzatori, i partner e la maggior parte degli artisti contribuiscono in modo consapevole alla costruzione di un circuito alternativo di produzione e fruizione artistica, nella visione della maggior parte dei visitatori e degli osservatori esterni, Paratissima è uno dei tanti eventi culturali organizzati a Torino, di cui si apprezza soprattutto la dimensione sociale e conviviale. Molti dei giudizi raccolti, infatti, enfatizzano il ruolo di Paratissima quale festa di quartiere (simile, ad esempio, alla Festa Major del quartiere barcellonese di Gràcia). Tra i fattori più apprezzati emergono in particolare: la dimensione informale, "allegra" e "festosa"; l'affluenza di pubblico, il "movimento" di nuovi visitatori/fruitori che si crea; la partecipazione attiva del quartiere, che sente ormai la manifestazione come "propria"; il fatto di poter esplorare spazi normalmente interdetti (studi e cortili privati); la scelta di esporre opere d'arte in luoghi non convenzionali, rendendone la fruizione molto più accessibile e libera, rispetto a quanto accade nei musei e nelle gallerie; la dimensione sociale, ossia il fatto di essere l'occasione di socializzazione con "gente nuova", al fuori delle solite "cerchie" di amici e conoscenti; la forte integrazione con il quartiere di San Salvario, da molti ritenuto il contesto più adatto ad ospitare una manifestazione come Paratissima. D'altro canto, i mezzi stessi attraverso cui Paratissima nasce e si auto-organizza (relazioni di prossimità, autofinanziamento, partecipazione volontaria) sono caratteristici di una comunità socialmente 'densa' e territorialmente circoscritta, tipica di alcuni quartieri urbani.

Un altro aspetto che offre una prova della dimensione sociale e ludica dell'iniziativa, riguarda le modalità di incontro tra il visitatore e le opere artistiche. In più della metà dei casi rilevati non è stato seguito alcun itinerario basato sulle opere esposte, ma si è preferito "girovagare senza meta", tutt'al più assecondando interessi di tipo personale. Questo perché tra le motivazioni della partecipazione a Paratissima, l'intrattenimento è prevalente rispetto all'immersione estetica e sono molti i visitatori (e anche gli artisti !) che hanno dichiarato di approfittare di Paratissima per incontrare gli amici e passare insieme il tempo.

Infine, i giudizi qualitativi espressi dai frequentatori della manifestazione rafforzano la tesi che, nello sviluppo di Paratissima in San Salvario, sia intervenuto un qualche tipo di "effetto quartiere" che ha portato a conseguire processi di socializzazione, apprendimento collettivo, empowerment e community building, diversi da quelli inizialmente prefigurati dagli organizzatori (marketing e apprendimento culturale). Soprattutto nei residenti, ma diffusamente anche tra gli altri visitatori, si percepisce una "fidelizzazione" nei confronti della manifestazione, determinata da una forte adesione ideologica e emotiva. Paratissima diventa

così l'elemento di mobilitazione e trasformazione identitaria della società locale verso una nuova coscienza di luogo.

4. POLITICA PUBBLICA, INIZIATIVA PRIVATA O COMUNITÀ DI PRATICHE?

Tendenzialmente, quando si parla di *policies* si fa riferimento a tre principali tipologie o “famiglie” di azione: politiche pubbliche, iniziative private, comunità di pratiche.

Le *politiche pubbliche* hanno per obiettivo la generazione di valore economico e sociale, a vantaggio dell'interesse pubblico. Sono finanziate in larga misura con risorse pubbliche e conseguite con modalità che possono essere più o meno aperte alla partecipazione di stakeholder esterni alla PA. A questo proposito si distingue tra politiche top-down, decise dall'alto e senza la consultazione delle comunità locali interessate, e politiche bottom-up, prodotte in aperta collaborazione con queste ultime.

Le *iniziative private* hanno per obiettivo il conseguimento di interessi particolari, in genere riferibili a gruppi circoscritti di soggetti (gli azionisti di un'azienda, gruppi specifici di utenti, clienti o dipendenti, i sottoscrittori di obbligazioni o altri titoli). Perseguono in primo luogo la generazione di valore economico, ma possono anche essere finalizzate al conseguimento di obiettivi sociali e di pubblica utilità, come nel caso delle strategie di corporate social responsibility o delle attività del terzo settore (volontariato sociale, no profit sociale ecc.).

Tanto per le politiche pubbliche quanto per le iniziative private vi è una programmazione di tempi e risorse, effettuata a partire dall'identificazione di uno o più obiettivi. Sono quindi pratiche orientate ai risultati, per la cui valutazione esistono numerosi strumenti di monitoraggio e assessment. Le *comunità di pratiche*, invece, identificano usanze, modi di fare, stili di vita, lavoro o consumo che sono condivisi da una comunità allargata di individui senza che vi sia necessariamente il perseguimento di un obiettivo dichiarato. Una comunità di pratiche è una rete di individui e organizzazioni che condividono preoccupazioni e/o interessi con riferimento a un dato argomento e le cui azioni di consumo, produzione o residenza sono rese omogenee dalla condivisione di un medesimo ideale (cfr. concetto di pratiche condivise). In alcuni casi, le pratiche condivise maturano entro comunità di individui geograficamente definite. Koh e Kim (2004), ad esempio, parlano di “distributed communities of practices” per identificare gruppi geograficamente distribuiti di soggetti tenuti insieme da esperienze condivise e comuni interessi di lavoro – come esempio, si pensi ai gruppi di acquisto solidale (GAS) o ai gruppi di azione locale (GAL). In altri casi, la condivisione avviene a prescindere dalla localizzazione. Movimenti internazionali per la difesa dell'ambiente e dei diritti civili sono modelli in questo senso.

Politiche pubbliche, iniziative private e comunità di pratiche identificano quindi tipi diversi e chiaramente distinguibili di azione politica. L'esperienza di Paratissima in San Salvario, però, racconta una storia po' diversa. Paratissima è infatti rappresentativa di un tipo peculiare di azione politica che non ricade in nessuna delle tipologie predette, ma che presenta aspetti appartenenti a ciascuna di esse. Sebbene nata per iniziativa di un gruppo ristretto di soggetti, per il raggiungimento di interessi particolari (quelli degli artisti emergenti esclusi dai circuiti delle grandi mostre e delle gallerie) e con modalità critiche rispetto alle tradizionali politiche culturali, Paratissima finisce con il conseguire effetti tipici delle comunità di pratiche e delle iniziative (di successo) di sviluppo locale: socializzazione, apprendimento collettivo, empowerment e community building (costruzione identitaria attraverso la sperimentazione e la condivisione di una comune esperienza di fruizione dello spazio urbano). Non solo la manifestazione ha contribuito a modificare lo spazio urbano (come ampiamente sostenuto dalla letteratura sulla rigenerazione urbana realizzata attraverso azioni di promozione cultural-artistica; cfr. Vuyk, 2010) e la comunità locale, ma lo spazio urbano ha a sua volta contribuito a modificare sensibilmente la natura della manifestazione (o, almeno, la sua percezione e immagine esterna). Si è in pratica generato un legame reciproco molto forte tra l'immagine, la rappresentazione di Paratissima e quella del quartiere di San Salvario.

In questo, Paratissima è esemplificativa di un nuovo modello di intervento, non convenzionale ma con ricadute di tipo pubblico, la cui recente proliferazione è favorita tanto dai numerosi fallimenti delle politiche pubbliche, quanto dalla sempre più drammatica carenza di fondi pubblici per iniziative culturali e sociali. Ma Paratissima presenta anche le principali caratteristiche che connotano la SI come azione politica.

In primo luogo genera insieme valore economico e sociale. Il valore economico è dato dai guadagni degli organizzatori, dagli stipendi dei collaboratori, dai maggiori introiti degli esercenti del quartiere, dalle expertise accumulate, ma anche dalla maggiore attrattività e visibilità del quartiere che favorisce nuova residenzialità e l'apertura di nuove attività. Il capitale sociale, invece, è rappresentato dal consolidamento delle relazioni interne al quartiere, dal rafforzamento delle capacità collettive (empowerment) e dell'identità comune.

In secondo luogo Paratissima mobilita alla propria causa un "esercito" di volontari, esercenti e artisti, carichi di entusiasmo e aspettative. L'energia di questi soggetti si trasmette anche al pubblico di Paratissima, contribuendo a costruire l'immagine di un evento festoso e collettivo. Gli artisti di Paratissima, in particolare, sono in larga misura quelli esclusi dai 'normali' circuiti di produzione e fruizione artistica (mostre, musei, gallerie) che trovano in Paratissima un mercato alternativo. I volontari sono per lo più residenti e frequentatori abituali di San Salvario.

Paratissima va anche nella direzione di realizzare la cosiddetta "società della conoscenza", anche se la conoscenza di cui favorisce la (co)produzione e condivisione è di tipo artistico e social-culturale più che tecnologica. Uno degli obiettivi iniziali di Paratissima è infatti la

diffusione della conoscenza dell'arte contemporanea al di fuori dei tradizionali circuiti elitari, limitati a poche categorie di professionisti.

Ancora, Paratissima presenta evidenti caratteri di non intenzionalità, “a posteriorità”, aleatorietà e imprevedibilità. Come si è più volte sottolineato, l'intento e la natura stessa di Paratissima evolvono per effetto della relazione che l'iniziativa stabilisce con il quartiere urbano, assumendo connotati inattesi e per un certo senso sorprendenti di sviluppo locale. Paratissima può essere inoltre intesa come il prototipo di un più ampio processo di rinnovamento delle prassi politiche con cui l'arte contemporanea è promossa entro lo spazio urbano. A conferma di questa tendenza, si sottolinea la capacità di Paratissima di proporsi come esperienza di rivitalizzazione culturale replicabile in altre porzioni dello spazio urbano torinese. Come si legge dalla Tabella 1, dopo quattro anni di localizzazione in San Salvario, l'iniziativa si è spostata in Borgo Filadelfia, un quartiere marginale e bisognoso di nuova centralità, ottenendo dal Comune di Torino l'autorizzazione a utilizzare a titolo gratuito un'area dismessa di vaste dimensioni e in attesa di rifunzionalizzazione (l'ex mercato ortofrutticolo italiano, temporaneamente riconvertito a villaggio olimpico nel periodo durante i giochi olimpici invernali del 2006). Da ultimo, l'expertise maturata dal “gruppo para” ha trovato un'applicazione prestigiosa anche alla scala nazionale, con l'assegnazione, nel 2012, dell'organizzazione di un grande evento culturale alla Reggia della Venaria Reale.

Riassumendo, Paratissima è un esempio di azione privata che, nata dal basso come iniziativa off, con il tempo subisce un processo di istituzionalizzazione e territorializzazione, che la connota sempre più come politica pubblica di sviluppo a livello urbano e, in modo ancor più interessante, come iniziativa di innovazione sociale. Anche se in modo non previsto, Paratissima ha favorito la modificazione nella percezione del quartiere di San Salvario, accrescendone l'attrattività (soprattutto rispetto a alcuni tipi di attività e utenti) e favorendone la trasformazione in senso cultural-ricreativo. Ma questo non si sarebbe potuto realizzare (o, almeno, non in modo così palese) se l'ambito di implementazione dell'iniziativa non avesse presentato i tratti peculiari di una comunità di pratiche (cfr. “effetto quartiere” illustrato nel paragrafo 3.2)

A fronte di questi risultati, è lecito supporre che esista una qualche relazione tra la natura ibrida assunta nel tempo da Paratissima e i connotati di SI. Questo fatto porta a interrogarsi sulla natura politica della SI. La SI è realizzabile come effetto di un'iniziativa privata o deve esserci per forza un'ibridazione con le politiche pubbliche? la compresenza di caratteri propri delle politiche pubbliche, private e delle comunità di pratiche aumenta la probabilità di conseguire risultati di SI?

5. Conclusioni

L'articolo si focalizza sulla capacità della SI come sperimentazione di nuove forme di regolazione e azione collettiva di indurre il ripensamento della relazione tra politiche pubbliche, iniziative private e comunità di pratiche. In particolare, muovendo dall'analisi del caso di Paratissima nel quartiere torinese di San Salvario, l'articolo dimostra come, a certe condizioni, iniziative di innovazione sociale arrivino a scardinare la tradizionale distinzione tra politiche formali (o a regia pubblica) e pratiche informali.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Abburrà L., Cogno R., Marocchi G. (2014a), L'innovazione sociale in Italia: ragioni di successo, motivi di prudenza, *Politiche Piemonte*, n.23 "Social Innovation", 6-8
- Abburrà L., Cogno R., Marocchi G. (2014b), L'innovazione sociale in provincia di Cuneo, *Politiche Piemonte*, n.23 "Social Innovation", 22-25
- Belfiore E., Bennet O. (2007), "Rethinking the Social Impacts of Arts", *International Journal of Cultural Policy*, 13, 2, pp. 135-151.
- Mulgan G. (2006), *The Process of Social Innovation. Innovations: Technology, Governance, Globalization*, Spring 2006. Boston: MITpress.
- Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. (2010), *The Open Book of Social Innovation*, Social Innovator Series, The Young Foundation and Nesta.
- Perello M. (2014), Politiche europee per l'innovazione sociale nel nuovo periodo di programmazione 2014-2020, *Politiche Piemonte*, n.23 "Social Innovation", 9-11
- Phills J.A. Jr., Deiglmeier K., Miller D.T. (2008) *Rediscovering Social Innovation*, Stanford Social Innovation Review, Fall 2008.
- Pol E., Ville S. (2009), Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term?. *The Journal of Socio-Economics*, 38: 878 - 885.
- Pot F., Vaas F. (2008), Social Innovation, the New Challenge for Europe. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57 (6): 468 - 473.
- Rota F., Salone C. (2013a), Circuiti urbani di produzione e fruizione artistica: l'esperienza di Paratissima, in Crivello S., Salone C. (a cura di), *Arte contemporanea e sviluppo urbano: esperienze torinesi*, Milano: Franco Angeli, pp. 59-80.
- Rota F., Salone C. (2013b), Place-making Processes in Unconventional Cultural Practices. The Case of Turin's Contemporary Art Festival Paratissima, *Cities*.
- Rota F.S. (2013), Social innovation strategies and the activation of territorial intangible assets. The case of community-based living labs, Paper presentato alla XXXIV Conferenza AISRe , 2-6 settembre, Palermo.
- Rota F.S. (2014), Editoriale. La social innovation come nuovo paradigma politico, *Politiche Piemonte*, n.23 "Social Innovation", 3-5.

Rota F.S., Salone C. (2014), Arte contemporanea e sviluppo urbano: paratissima e il quartiere di San Salvario a Torino, Politiche Piemonte, n.26 “Arte, cultura e riqualificazione urbana”, 9-12.

The Young Foundation’s (2012) deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), EC – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.

Volontà P. (2014), Quanto la società è ricettiva rispetto all’innovazione sociale? L’esperienza di crowdsourcing in Provincia di Asti, Politiche Piemonte, n.23 “Social Innovation”, 26-29

Vuyk K. (2010), “The Arts as an Instrument? Notes on the Controversy Surrounding the Value of Art”, International Journal of Cultural Policy, 16, 2, pp. 173-183.

BOZZA