

Le periferie rigenerano l'innovazione sociale. Qualche nota antropologica

Erika Lazzarino - Dynamoscopio

Noi apprendisti

Dynamoscopio nasce come collettivo di ricercatori indipendenti, provenienti dai campi dell'antropologia culturale e dello sviluppo, delle politiche urbane e dell'architettura, delle arti pubbliche, visive e performative. Dal 2010, il gruppo di lavoro si è consolidato attraverso alcune esperienze congiunte di ricerca qualitativa e progettazione culturale, che lo hanno condotto a determinarsi oggi come un soggetto attivo nel fluido ambito dell'innovazione sociale e culturale. Un'etichetta, questa, che merita senz'altro di essere decostruita e storicizzata, per evitare che diventi in fretta uno specchio per le avanguardie o un cristallo infrangibile da conservare in qualche manuale di management.

Ci sembra che, sotto l'ombrello dell'innovazione sociale e culturale, politiche e *opinion makers* facciano oggi confluire una pletora di esperienze eterogenee che sottendono visioni di società e cultura e, quindi, di cambiamento molto diverse. Se da un lato questa indeterminazione è inclusiva e funzionale ad ampliare lo spettro di attori, progetti e pratiche che prima non venivano annoverati fra i vettori del mutamento sociale, dall'altro si genera una confusione così profonda da risultare fuorviante. Essa non solo è luogo di *shock* teorico e metodologico per le scienze sociali e umane in genere, ma delinea anche un limbo, un *terrain vague* dal quale è difficile, se non impossibile, elaborare una (o più d'una) politica del cambiamento, prima ancora che dell'innovazione, condivisa fra amministratori, innovatori, *practitioner*, abitanti. In questo senso, se l'innovazione sociale e culturale sia 'terra di nessuno' o diventi una zona liminare *à la* Van Genep (2002), dunque socialmente trasformativa, spetta alla capacità di visione che avremo saputo e voluto conferirle.

Quel che ci accingiamo a fare ora è una breve incursione antropologica sul terreno dell'innovazione sociale e culturale, alla ricerca di radici per un concetto astoricizzato e teoricamente fragile (Lai 2006: 32; Busacca 2013). Un primo attraversamento, in nessun modo esaustivo certo, ma che guarda alla *cross-fertilization* fra prospettive, per usare un termine caro agli innovatori. L'obiettivo è mettere alla prova dell'antropologia l'innovazione sociale e culturale come *framing concept* della contemporaneità. Cercheremo di tenere uno sguardo teorico e progettuale allo stesso tempo, il che ci permette di esprimere anche una sintesi del lavoro che facciamo nella città dove abitiamo.

Il cantiere di sperimentazione e innovazione che ci riguarda più da vicino è la rigenerazione urbana delle periferie attraverso la cultura. Qui negli anni abbiamo formato alcune fra le considerazioni di sguardo e di metodo che seguono. Esse potrebbero rivelarsi utili al ricercatore e all'innovatore, forse – come auspichiamo – anche all'amministratore. Un terreno di confronto è quel che cerchiamo.

Prima di procedere, due brevi premesse. La prima è che definiamo la cultura nella sua accezione antropologica: in antropologia, la cultura in 'senso costitutivo' non esiste più da almeno 30 anni. La si utilizza piuttosto in 'senso regolativo', *come se* esistesse per spiegare qualcos'altro (Remotti 1993). 'Cultura' non è qualcosa che sia possibile trasportare da un contenitore ad un altro o da un contenitore al suo esterno o viceversa. Parliamo piuttosto di cultura come di repertori, di combinazioni fra visioni, affezioni, saperi, pratiche, relazioni, usi degli spazi, modi di muoversi e sostare col corpo e quant'altro sia espressione dei significati che attribuiamo al mondo. Parliamo di immaginari, di cui tutti, senza eccezioni, siamo portatori viventi. Parliamo di sinapsi culturali che si accendono, si spengono, variano, si interrompono, si ibridano. Potremmo al limite parlare di culture, molte culture, consapevoli di perdere tuttavia la multivocalità insita in ognuna di esse.

La seconda è che quando siamo sul campo adottiamo un approccio emico verso le culture che incontriamo. Il lungo dibattito fra sguardo emico ed etico, sviluppatosi a partire dagli anni Cinquanta (Headland, Pike, Harris 1990), rimarca il fatto che punti di vista differenti generano differenti modi di produrre e restituire la conoscenza scientifica. Con l'approccio emico il ricercatore assume un punto di vista interno alla cultura o alla comunità indagata, il famoso 'punto di vista del nativo' traslato nei fenomeni socioculturali della contemporaneità. Questa posizione mira a riportare come i gruppi in esame interpretino, dall'interno, le varie forme di rappresentazione del sé, delle relazioni sociali, del mondo, ecc. Lo sguardo etico invece riferisce la voce dell'etnografo, che si pone esternamente ai fenomeni studiati come un osservatore imparziale, scientifico, in grado di procedere, tramite comparazione, verso progressivi gradi di generalizzazione.

Una prospettiva antropologica sull'innovazione sociale e culturale

Come studio comparativo delle società e delle culture umane, l'antropologia ha uno scontato e duraturo interesse verso i processi di trasformazione sociale e culturale, la creatività e l'innovazione (Barnett 1953; Liep 2001; Hallam, Ingold 2007). 'Creare', 'innovare', 'inventare', 'scoprire', 'esplorare', 'appropriarsi', 'sperimentare', 'progettare': sono solo alcuni dei termini fra i più utilizzati dagli innovatori, e, pur riflettendo l'eco iper-moderno del bisogno costante di 'cambiare più degli altri' (Borofsky 2001) e del 'nuovo che migliora' (Suchman 2011), tutti hanno qualcosa a che fare con la cultura, o, meglio ancora, *fanno* qualcosa con la cultura (Löfgren 2001: 78).

L'antropologia ha qualcosa da dire rispetto all'innovazione. Non tanto perché ad accomunarle è il medesimo materiale culturale, quanto perché il modo in cui lo trattano è differente. Anzitutto l'antropologia ci pone davanti ad un interrogativo: usiamo l'innovazione sociale e culturale per attuare un cambiamento all'interno della società oppure per designare una società in cambiamento? Vogliamo indicare un insieme specifico di strategie di pianificazione del cambiamento oppure intendiamo qualificare un insieme specifico di cambiamenti già in opera nella vita sociale? Si tratta di capire se l'innovazione costituisca un nuovo paradigma di sviluppo sociale (e urbano) – e dunque la sua sede sarà il *design* – o piuttosto nomini il modo in cui le società e le culture di tutti i tempi si trasformano e si adattano – e dunque il corso stesso

della vita sociale sarà la sua sede naturale. Una risposta, qualunque essa sia, definirà un posizionamento, che a sua volta sarà premessa di visione, obiettivi, metodi e strumenti, eventualmente di politiche.

Come ricercatori partiamo dal presupposto che le persone sappiano trasformare i contesti in cui vivono, in relazione a bisogni, desideri e vincoli che cambiano nel tempo. La creatività sociale ci sembra una prospettiva capace di tematizzare il modo in cui le società rispondono ai mutamenti di contesto e a loro volta concorrono a trasformarli. Sebbene poi da alcuni decenni la *Development Anthropology* ci metta con dovizia in guardia rispetto ai rischi che corrono il progettista e soprattutto la popolazione target del suo progetto, riteniamo che il cambiamento possa essere co-indotto, se il progettista è imbricato nella comunità coinvolta, se l'intervento è pianificato insieme agli attori sociali, se il progetto ne incontra, sostiene e allarga i processi di *sense-making*. Ad esempio, un intervento di rigenerazione urbana attraverso la cultura è sostenuto dai gruppi sociali quando innesca processi di produzione di senso. Più il fronte del senso ricercato è allargato e trasversale fra gli abitanti, più li troveremo interessati ad ingaggiarsi.

Creatività della cultura e innovazione sociale

Dalla fine degli anni Ottanta (Marcus, Clifford 1986), con la svolta post-moderna che ha radicalmente decostruito il concetto di 'cultura' e i suoi derivati (essenzialismo, esotismo), l'antropologia giunge a rifocalizzare il proprio campo di indagine sui fenomeni di mutamento culturale e trasformazione sociale. Pur con qualche precedente rinomato (il *Bricoleur* di Levi-Strauss è del 1962, mentre l'invenzione del quotidiano di de Certau è del 1980, quella della cultura di Wagner del 1981), la trasformazione sociale viene chiamata in causa come oggetto principale delle teorie antropologiche tramite concetti come 'antropopoiesi' (Remotti 1996), 'indigenizzazione' (Sahlins 1999 e 2000), 'creolizzazione' (Hannerz, 2001), 'connessioni' (Amselle 2001), 'articolazioni' (Clifford 2001), per citarne alcuni. Mentre queste teorie possiedono ancora oggi il merito di disegnare famiglie di concetti più che mai salienti per dare un *frame* all'innovazione sociale (ad esempio: mutamento/incontro, differenza culturale/relazione/frontiera, emergenze/convenzioni, processualità/rottura, innovazione/tradizione), una vera e propria prospettiva antropologica sulla creatività della cultura e l'innovazione trova respiro più di recente (eccetto Rosaldo 1993), con autori che hanno dichiaratamente trattato il tema, come Liep (2001), Friedman (2001), Lai (2006), Hallam e Ingold (2007), Favole (2010).

Le differenze fra le teorie della creatività di questi antropologi sono molte, non sempre fra loro conciliabili, principalmente legate al tema dell'innovazione (l'accento viene posto ora sulla rottura, ora sulla durata) e a quello del potere (creatività come discorso egemonico oppure come 'arma dei deboli'). Ci sono tuttavia due aspetti che le accomunano senza distinzioni. *In primis* la creatività è un processo collaborativo e collettivo, concepibile solo a partire dalla sua dimensione sociale (Giuffrè 2009), in antitesi con l'idea del genio che accentra su di sé ogni talento. In secondo luogo, la maggior parte di ciò che appare nuovo o inedito non accade *ex nihilo* né *ex abrupto* (Bruner 1993), ma si pone in continuità con le variazioni sociali e le costruzioni culturali ottenute combinando elementi e relazioni precedenti. Naturalmente condividiamo entrambi i punti.

Richiamiamo ora un aspetto cruciale di questo dibattito antropologico, un aspetto che ci permette di formulare una visione più precisa sull'innovazione sociale. Nel volume del 2001, David Liep distingue fra improvvisazione creativa, che opera sulla piccola scala della produzione quotidiana di soluzioni a problemi emergenti, e creatività culturale, che implica una riformulazione dei vincoli e una riorganizzazione più profonda dell'esperienza sociale. Se la prima 'è diffusa come il mare sulla superficie del mondo', la seconda 'emerge sotto forma di isole qua e là' (*Idem*: 12). Secondo Liep, mentre nel primo caso la creatività (*improvisation*) è ovunque perché denota i processi culturali come flussi emergenti *in fieri* quotidianamente, solo nel secondo caso la creatività è innovazione, porta con sé l'emersione concentrata di forme culturali altamente non convenzionali, esito di una ricombinazione del tutto nuova di forme e pratiche già esistenti.

Tim Ingold ed Elizabeth Hallam (2007) criticano ampiamente questa prospettiva sulla creatività come innovazione. Promuovendo l'approccio ecologico alla cultura (Ingold 2001), gli autori sostengono che, come modalità intrinseca dei processi di vita, la creatività culturale sia da inquadrare nel corso del suo divenire processuale all'interno di un mondo crescente, *in-the-making*, e non da osservare in termini di risultati in un mondo già creato, *ready-made* (Hallam, Ingold: 2007: 3). Partendo dall'assunto che non esista uno *script* per la vita sociale e culturale e che 'le persone non costruiscono società, ma vivono socialmente' (Ingold 1986: 247), la creatività come emersione di *novelty* viene rifiutata a causa dell'epistemologia che riproduce: l'idea che 'nulla è creato che non sia progettato in anticipo, pre-esistente in forma virtuale al processo da cui ha origine (...). È questa credenza che ci induce a ritenere le innovazioni progettate come l'unica fonte di creazione. Siamo inclini a ritenere che qualcosa sia creato solo quando è *nuovo*, intendendo non che sia stato da poco prodotto, ma che sia il risultato manifesto di piani, formule, programmi o ricette pianificate' (Hallam, Ingold: 2007: 5).

Calandoci nel ruolo di innovatori come *passer culturel*, crediamo che l'innovazione sociale e culturale costituisca la tensione di passaggio fra l'improvvisazione creativa (che Liep chiama 'convenzionale' e quotidiana, mentre Hallam e Ingold definiscono come l'unica possibile creatività della cultura) e la creatività (che Liep identifica come 'vera' e innovativa, mentre gli altri le negano uno statuto antropologico). L'innovazione sociale, a nostro avviso, è proprio il braccio che tende l'arco fra la dimensione quotidiana e generativa della creatività e quella che implica una più profonda riformulazione dell'esperienza sociale. Proprio perché può collocarsi fra l'una e l'altra e proprio perché le pone in una relazione di reciproca aspirazione, l'innovazione sociale e culturale disegna ora una traiettoria precisa, che, dal mare dell'improvvisazione quotidiana anonima e diffusa, accompagna l'emersione di isole di creatività 'capaci di ridefinire, riconfigurare profondamente o stravolgere i sistemi sociali, economici e linguistici dominanti' (Favole 2010: 117). L'obiettivo dell'innovatore sarà raggiunto quando il processo sociale di innesto avrà implicato la riformulazione della prospettiva culturale, la riorganizzazione delle pratiche e la riconfigurazione dell'esperienza sociale nel suo complesso. Quando cioè avrà dato luogo alla 'autonomia di un 'noi'' (Clifford 2001: 478) a partire da situazioni reali caratterizzate probabilmente da disparità e disegualianze. A questo le innovazioni sociali possono aspirare, a coalizzare collettività verso il cambiamento che a diversi gradi l'ha già messa in moto, ad aprire aree di

'risonanza esistenziale' che a volte 'caratterizzano intere comunità' e 'dove le loro forme di socialità abbracciano l'intera collettività che le implica nella medesima trama di esperienze sociali' (Friedman 2001: 54). Per tentare il tragitto fra la creatività quotidiana e un'esperienza socialmente riconfigurata, lo scopo ultimo che attribuiamo ad attori, pratiche e progetti di innovazione sociale e culturale è quello di aggregare comunità di cambiamento, senza sostituirsi ad esse e senza disegnare al posto loro quale cambiamento. Aggregare comunità di cambiamento significa lavorare ai vincoli che possono opporsi all'emergenza di tratti culturali innovativi (Favole 2010: 181) e allentarli, stirarli, fletterli. Se i vincoli di contesto, come crediamo con Friedman (2001: 49-50), sono la ricettività del tessuto sociale, che andrà fertilizzato, la motivazione e il desiderio, che necessiteranno di un oggetto comune per esprimersi socialmente, e la condivisione dell'esperienza sociale, che andrà pazientemente estesa, allora l'innovazione saprà disegnare anche un arco teso all'inclusione sociale e culturale.

Agency creativa local-embedded

La nostra concezione di innovazione sociale e culturale trova per certi aspetti completamento in un altro panorama di studi socio-antropologici, dai confini questa volta più fluidi e in un certo senso spuri. Dagli anni Settanta in avanti, studiosi come Bourdieu (1977), Giddens (1979) e Sahlins (1981) hanno aperto la strada a favore di una articolazione inedita fra le pratiche *on the ground* degli attori sociali e le grandi strutture (o sistemi) sociali e culturali che sino ad allora le avevano costrette, determinate, ordinate, normate, plasmate: finalmente gli attori sociali sono visti come soggetti capaci di trasformare e modificare attraverso le pratiche culturali le stesse strutture sociali in cui abitano. A partire da questi stimoli e sotto l'influenza vivace e produttiva dei *Postcolonial*, dei *Subaltern* e dei *Cultural Studies*, cominciano ad affermarsi approcci alternativi, come gli *actor-oriented* e i *practice-oriented approach*. Ad essi, e in particolare alla *practice theory* (Ortner 2006), va riconosciuto il merito di aver messo per la prima volta al centro dell'antropologia le persone e le loro azioni, considerate a livello micro-sociale e quotidiano, nonché di aver introdotto nella lettura dei fenomeni sociali il tema del potere e della storia (Foucault 1976, Williams 1977, Scott 1985) come variabili di profondità delle dinamiche di mutamento/resilienza/resistenza culturale e sociale. La *practice theory* è una teoria 'della produzione dei soggetti sociali attraverso la pratica nel mondo e della produzione del mondo stesso attraverso la pratica. (...) L'idea che il mondo sia 'fatto' (...) tramite le azioni della gente ordinaria significa anche che esso può essere disfatto e rifatto. Ovverosia, la *practice theory* [ha] immediate implicazioni politiche' (Ortner 2006: 16-17).

Le teorie del cambiamento potevano controbilanciare il peso sino ad allora dato ad una struttura sociale statica e sovrachante (strutturalismo e funzionalismo) con una visione che rendesse ragione del regime performativo (e non solo simbolico) della vita sociale e dei gradi di intenzionalità dei suoi attori: ci riferiamo alla *agency*, non solo generalmente intesa come la capacità trasformativa dei soggetti di produrre effetti diretti sulle loro vite (Giddens 1979) e sulle loro reti di prossimità, ma anche di porre in essere veri e propri progetti culturali tramite l'azione (Ortner 2006: 147). In questo senso, il concetto

di *agency* invoca chiaramente un aspetto creativo, in quanto ‘capacità di desiderare, formare intenzioni e agire creativamente’ (Sewell 1992: 20). La cultura è continuamente rigenerata dagli *agenti*, che testano rappresentazioni e strategie all’interno dei loro progetti quotidiani e costruiscono significati sociali a partire dalle loro esperienze di vita. Possiamo dire che le culture siano *agite*, espresse simultaneamente al conferire forma a un gesto, uno spazio, un sistema di relazioni, un’evocazione, un sapere, una funzione. A un bisogno, un’estetica, una città da abitare. Sotto questo sguardo, siamo tutti *agenti* di cultura, attori culturali che abitando plasmano senza sosta i luoghi, autori o artisti direbbe qualcuno, artigiani e apprendisti direbbero altro, certamente non più clienti o utenti, fruitori o beneficiari, non più pubblico né audience.

In che modo la creatività culturale è intimamente connessa con la *agency* umana? Kirsten Hastrup (2001) arricchisce l’idea di *agency* con una accezione per noi molto interessante, poiché le attribuisce un certo ‘potere immaginativo’, in grado di includere ciò che altri antropologi avevano individuato ora nell’intenzionalità, ora nella motivazione, ora nella dimensione del desiderio. L’immaginario assume qui una funzione simile a quella che la metafora assume nel linguaggio: mentre struttura la nostra esperienza, proietta trame culturali note su ciò che è ancora inedito. È così che – secondo la Hastrup – ‘la spaventosa indeterminazione dell’esperienza si trasforma in un *sense-making* temporaneo’ (*Idem*: 39). Facendo sintesi fra memoria, passato, tradizione – ciò che Crapanzano chiama *arrière-pays* (2004) – e il desiderio di futuro, che sempre rende le persone ‘eccedenti’ rispetto al presente, l’immaginario sta al cuore stesso dell’*agency* come espressione creativa della cultura (Hastrup 2007: 200). Nell’immaginario, dunque, i soggetti presagiscono e agiscono: anticipano cioè ciò che era ancora culturalmente inesplorato ad effettuarsi (*intimation*), ad essere (più o meno intenzionalmente) *agito* tramite performance sociali inedite, che gradualmente possono essere riconosciute e stabilizzarsi nell’esperienza sociale. Ed è questo movimento di anticipazione del futuro (*Idem*: 195), chiamato da Tim Ingold *anticipatory foresight* (2013: 70), incostante e baluginante, che a noi interessa indagare: esso ha molto da raccontare circa aspirazioni e orizzonti di cambiamento che potremmo trovarci ad accompagnare, fecondando altre *agency* e altri immaginari, verso l’emersione di formazioni sociali differenti. Tramite l’immaginario, che fa della *agency* la pratica creativa della cultura, sono le comunità locali ad indicarci verso dove si stanno dirigendo, e con quali speranze di mutamento e quali disponibilità ad ingaggiarsi.

Dal momento che l’*agency* creativa funziona accordando fra loro intenzione e conseguenza, storia e intuizione, passato e futuro, essa lavora anche sulla consapevolezza che una comunità ha di se stessa (Hastrup 2007: 200), sulla sua capacità di leggersi, riflettersi, riconoscere e lasciare spazio alle competenze dei suoi membri. Ci sembra che la riflessività costituisca un vero e proprio passaggio di stato verso l’acquisizione di quei tratti culturali emergenti che troveranno posto nella nuova esperienza sociale. Con cautela però: aver riconosciuto che la cultura sia *agita* e che le persone agiscano culturalmente non rende infatti queste ultime più istruite su come entrare in relazione con gli altri, né fa di per sé spazio alla diversità o pone le condizioni per goderne. Sarebbe *naive* credere che l’*agency* basti in sé a generare cambiamento. Assegnare all’attore culturale, per il mero fatto di averlo riconosciuto come attore, un ruolo di *agente* del cambiamento è fuorviante. Una cosa è infatti essere *agenti* di cultura, altra cosa è

(ri)conoscere la cultura di cui si è *agenti*, altra cosa ancora è agire come *agenti* di qualcosa. Sta tutta in questo triplice passaggio – dall'*agency* alla riflessività alla proiezione – la *chance* di un mutamento che abbia moventi e orizzonti culturali. Siamo dell'idea che *agency* e riflessività culturale siano leve decisive per innovare i processi di rigenerazione urbana. Se un processo di rigenerazione non contribuisce a dare linfa a un progetto di cambiamento condiviso, che pianta a sua volta radici in forme di riflessività diffusa, sarà senz'altro capace di contribuire a ulteriori vuoti sociali (solitudini), prima ancora che urbani.

Come concetto che salda insieme la dimensione del desiderio e dell'intenzionalità dei soggetti con quella del potere che questi hanno a disposizione per realizzare i propri progetti (di vita, di gruppo, di società: culturali insomma), la *agency* creativa è infatti radicalmente imbricata nelle reti sociali e nelle logiche locali, negli 'habitat di significato' territoriali (Hannerz, 2001: 74), che informano cosa sia 'buono' e desiderabile e i modi per conseguirli. Ciò che si instaura fra i soggetti e il loro contesto di vita, materiale e simbolico, è una relazione di *correspondence* (Ingold 2013; Gatt, Ingold 2013), irriducibile e mobile, tramite la quale percezione e azione trovano nella pratica un certo grado di precisione e coordinamento. Fare il mondo, *quel* mondo, produrlo, aggiustarlo, mantenerlo, curarsene significa corrispondergli in un legame indisserrabile. La dimensione della località, intesa come 'struttura di sentimento, proprietà della vita sociale e ideologia della comunità situata' (Appadurai: 2001: 245), assume così un ruolo da cui l'antropologia non potrà più esimersi. In questa stessa dimensione anche noi troviamo una patria per l'innovazione sociale e culturale. È infatti cruciale accorgersi che, oltre che *agite*, le culture sono situate, contestuali, imbricate fra loro e con gli ambienti di cui si nutrono e sono nutrite. Solo nelle menti dei filosofi assolutisti può darsi un 'grado zero culturale', così come fra gli *urban planners* e i *social designers* è ancora abbastanza popolare l'idea che vi siano territori senza vita sociale e culturale. Territori da ripensare, da restituire alla società, da ricreare. Prender le parti di uno sguardo emico, tuttavia, racconta storie di legami fra persone e luoghi che avremmo fatto fatica a immaginare altrimenti. Il nesso fra culture e territori è biunivoco senza essere reciproco: l'*agency* umana attinge e opera con ciò che trova disponibile nello spazio sociale e in quello fisico, trasformando i luoghi lungo il tempo, non solo secondo desideri e corrispondenze proprie, ma anche secondo le svariate resistenze che la materia urbana è in grado di opporre alla mano.

Periferie dell'innovazione sociale e culturale

Se c'è un merito che va riconosciuto alla antropologia è l'aver posto attenzione sulle frontiere, i confini, le zone di contatto e separazione, incontro e scontro fra culture umane. Nelle teorie antropologiche del mutamento sociale, lo studio della differenza culturale e di come essa si generi è divenuto così centrale da occupare quasi interamente la sua produzione (basti pensare alla diffusione di termini come ibridazione, meticciamiento, contaminazione, *melange*). Ed è sulle frontiere geografiche, o sulle soglie simboliche fra società e culture differenti, come anche ai margini dei centri di potere, che la creatività della cultura diventa particolarmente intensa.

La creatività culturale, tanto quotidiana quanto non convenzionale, predilige gli ambienti all'aria aperta, strade, porti e piazze in cui l'umanità si incontra, si

scontra e si rigenera senza sosta. Qui è possibile vedere all'opera un esplosivo formicolante di 'stili di creatività', come Richard Wagner li definisce (1992: 41). È sotto gli occhi di tutti che la città sia un luogo privilegiato di *culture sharing* (Favole 2012: 70), si trovi all'intersezione fra molteplici tradizioni culturali e costituisca un ambiente favorevole alla formazione di attori sociali capaci di mediare fra le differenze culturali. È Jonathan Friedman (2001: 48-49) a toglierci tuttavia dall'*impasse* di certe celebrazioni culturaliste, fornite da alcuni antropologi urbani (ad es. Hannerz 1992), quando raffigurano le città come calderoni esotici e la creatività come fenomeno *random*, ignorando la struttura delle classi sociali e la distribuzione del potere. Crediamo che la città non sia solo lo scenario in cui una molteplicità di progetti di vita si esprime tramite *agency* creativa, ma anche il luogo dove soggetti con plurime appartenenze perseguono progetti culturali all'interno di una matrice di diseguaglianze sociali e differenziali di potere. Lasceremo sullo sfondo le complesse implicazioni fra cultura e potere (Scott 1990, Boni 2011). Qui ci interessa solo porre l'enfasi sulla creatività come una specifica competenza culturale che le persone possono sviluppare per compensare o modificare una situazione difficile (Löfgren 2001: 77). In questo modo, possiamo aggiungere alle due condizioni proposte da Liep (2001:12) una terza condizione, per noi cruciale, che favorisce l'insorgere di creatività culturale e *agency* creativa in contesti urbani: alla concentrazione di diversità culturale e all'allentamento del controllo sociale, affianchiamo il tema della diseguaglianza e del *discomfort* abitativo.

Siamo dell'idea che cercare nella città il verificarsi simultaneo di queste tre condizioni equivalga a individuare le sue frontiere culturali, ossia le aree di maggiore creatività sociale. Riteniamo che, ad eccezione di qualche periferia sociale collocata nei centri della città, sia ancora sui margini geografici delle metropoli che si dispieghino le cosiddette 'periferie', siano esse identificabili come quartieri o semplicemente come distese di costruito che si srotolano oltre i confini amministrativi. Laddove poi le periferie siano anche sito per l'edilizia residenziale pubblica, che concentra migliaia di persone in estrema precarietà, ad essere quotidianamente negoziate sono le forme dell'abitare stesso. Gli abitanti sono esposti, più che altrove, a differenti concezioni di casa, spazio comune, bene pubblico, vicinato, rete di prossimità, famiglia, comunità, conflitto, cura, ecc. Qui, in queste periferie, la diversità culturale diventa un *habitus* socialmente trasversale, i vuoti di potere schiudono 'palestre' di *agency* creativa e il *discomfort* – prima che esploda in conflitto sociale – funziona 'ancora' come *driver* per fecondare desideri e nuove pratiche di mutamento. Stare in periferia è per noi un'occasione preziosa. Non solo perché dispiega un laboratorio di creatività sociale *en plein air* o perché in fondo abitare prossimi al mutamento ci interessa particolarmente. Ma anche perché l'essere circondati da *agency* fortemente orientate al futuro ci rende permanentemente apprendisti di cambiamento sociale.

Ma la periferia in cui lavoriamo rappresenta per certi aspetti anche una periferia dell'innovazione sociale. Da questa periferia, che chiamiamo 'rigenerazione urbana attraverso le culture', individuiamo quei processi sociali e urbani che aggregano cambiamento, perché sono già in cambiamento, cominciando appunto dalle periferie urbane, con tatto. Sollecitiamo gli abitanti come agenti culturali generatori città, non come beneficiari di politiche, utenti del sociale o pubblico della cultura: senza accorgercene, li avremo già inclusi. Inneschiamo processi

diffusi e partecipati di emersione e di decodifica degli immaginari sociali locali come timone di rigenerazione urbana. Accompagniamo processi di networking e co-produzione di visioni e saperi, in grado di proiettarsi culturalmente in avanti, immaginarsi dopo, anticiparsi, configurare un cambiamento, dunque, proprio per questo, di sostenersi, aggiustarsi, mantenersi.

Per concludere: innovazione sociale come *future-oriented design*

L'innovazione sociale e culturale è per noi anzitutto *design*, ovvero sia un ambito di progettazione e pianificazione di cambiamento sociale. La sua specificità (e il suo senso stesso) non è creare 'oggetti' innovativi in un mondo che si presume ne sia privo. Piuttosto, sta precisamente nel mettere in tensione due livelli della creatività umana, quello del 'mare' dell'improvvisazione quotidiana e diffusa con quello delle 'isole' di riconfigurazione dell'esperienza sociale nel suo complesso. Lavorando sul campo, con le persone e le loro comunità, gli innovatori accompagnano l'emersione di queste 'isole', affiancando le *agency* e gli immaginari con esperienze di *collaborative change making* (es. co-progettazione, ricerca-azione, co-produzione culturale, *community mapping*), capaci di generare conoscenza, condivisione e *intimation* del futuro. In questo senso, l'innovazione è, nel senso più proprio, *future-oriented design*. Gli innovatori corrispondono a e collaborano con le persone come co-creatori di futuri desiderabili, facilitando la conoscenza e le pratiche significative che trasformano il presente (Otto, Smith 2013: 13).

Uso critico della teoria sociale e culturale, approccio emico ed emersione ci servono, rispettivamente, per leggere e interpretare il contesto, incorporare le logiche della *agency* di soggetti e gruppi, portare riflessivamente in superficie i potenziali locali di futuro, saldandoli fra loro attraverso la pratica e l'esperienza (*making*). Ci piace pensare, con Gatt e Ingold (2013: 146), che questo tipo di *design* 'non trasformi il mondo. È piuttosto parte della trasformazione stessa del mondo'.

Bibliografia

Amselle, J.L., *Connessioni. Antropologia dell'universalità delle culture*, Bollati Boringhieri, Torino, 2001 (ed. or. 2001).

Appadurai, A., *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma, 2001 (ed. or. 1996).

Barnett, H. G., *Innovation: The Basis of Cultural Change*, McGraw-Hill, New York, 1953.

Boni, S., *Culture e poteri. Un approccio antropologico*, Eleuthera, Milano, 2011.

Borofsky, R., *Wondering about Wutu*, in Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.

Bourdieu, P., *Outlines of a Theory of Practice*, Stanford University Press, Stanford, 1977 (ed. or. 1972).

Bruner, E., *Epilogue. Creative persona and the problem of authenticity*, in Lavie, S., Narayan, K., Rosaldo, R. (eds.), *Creativity/Anthropology*, Cornell University Press, Ithaca (NY), 1993.

- Busacca, M., *Oltre la retorica della Social Innovation*, in <Rivista Impresa Sociale>, n. 2/11-2013, pp. 39-54, 2013.
- Clifford, J., *Indigenous Articulations*, in <The Contemporary Pacific>, n. 13 (2), pp. 468-490, 2001.
- Crapanzano, V., *Imaginative Horizons. An Essay in Literary-philosophical Anthropology*, University of Chicago Press, Chicago, 2004.
- de Certau, M., *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma, 2001 (ed. or. 1980).
- Favole, A., *Oceania. Isole di creatività culturale*, Laterza, Roma-Bari, 2010.
- Favole, A., *Cultura condivisa*, in Saillant, F., Kilani, M., Graezer Bideau, F. (a. c. di), *Per un'antropologia non egemonica. Il manifesto di Losanna*, Eleuthera, Milano, 2012 (ed. or. 2011).
- Foucault, M., *The History of Sexuality, Part I*, Vintage Books, New York, 1978 (ed. or. 1976)
- Friedman, J., *The Iron Cage of Creativity: An Exploration*, in Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.
- Gatt, C., Ingold, T., *From Description to Correspondence. Anthropology in Real Time*, in Gunn, W., Otto, T., Smith, R.C. (eds.), *Design Anthropology. Theory and Practice*, Bloomsbury Academic, London-New York, 2013.
- Giddens, A., *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*, University of California Press, Berkeley, 1979.
- Giuffrè, K., *Collective Creativity. Art and Society in the South Pacific*, Ashgate, Burlington, 2009.
- Hallam, E., Ingold, T. (eds.), *Creativity and Cultural Improvisation*, Berg, Oxford-New York, 2007.
- Hannerz, U., *La diversità culturale*, Il Mulino, Bologna, 2001 (ed. or. 1996).
- Hannerz, U., *La complessità culturale. L'organizzazione sociale del significato*, Il Mulino, Bologna, 1998 (ed. or. 1992).
- Hastrup, K., *Othello's Dance: Cultural Creativity and Human Agency*, in Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.
- Hastrup, K., *Performing the World: Agency, Anticipation and Creativity*, in Hallam, E., Ingold, T. (eds.), *Creativity and Cultural Improvisation*, Berg, Oxford-New York, 2007.
- Headland, T. N., Pike, K. L., Harris, M. (eds.), *Emics and Etics: The Insider/Outsider Debate*, Sage, London, 1990.
- Ingold, T., *Evolution and Social Life*, Cambridge University Press, Cambridge, 1986.
- Ingold, T., *Ecologia della cultura*, Meltemi, Roma, 2001.
- Ingold, T., Hallam, E., *Creativity and Cultural Improvisation: An Introduction*, in Hallam, E., Ingold, T. (eds.), *Creativity and Cultural Improvisation*, Berg, Oxford-New York, 2007.
- Ingold, T., *Making. Anthropology, Archaeology, Art, and Architecture*, Routledge, New York, 2013.
- Lai, F., *La creatività sociale. Una prospettiva antropologica sull'innovazione*, Carocci, Roma, 2006.
- Levi-Strauss, C., *Il pensiero selvaggio*, Il Saggiatore, Milano, 1964 (ed. or. 1962).
- Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.

- Liep, J., *Introduction*, in Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.
- Löfgren, O., *Celebrating Creativity: on the Slanting of a Concept*, in Liep, J. (ed.), *Locating Cultural Creativity*, Pluto Press, London, 2001.
- Marcus, G., Clifford, J. (eds.), *Scrivere le culture. Poetiche e politiche in etnografia*, Meltemi, Roma, 1996 (ed. or. 1986).
- Ortner, S. B., *Anthropology and Social Theory. Culture, Power, and the Acting Subject*, Duke University Press, Durham-London, 2006.
- Otto, T., Smith, R.C., *Design Anthropology: A Distinct Style of Knowing*, in Gunn, W., Otto, T., Smith, R.C. (eds.), *Design Anthropology. Theory and Practice*, Bloomsbury Academic, London-New York, 2013.
- Remotti, F., *Luoghi e corpi. Antropologia dello spazio, del tempo e del potere*, Bollati Boringhieri, Torino, 1993.
- Remotti, F., *Tesi per una prospettiva antropo-poietica*, in Allovio, S., Favole, A. (a.c. di), *Le fucine rituali. Temi di antropo-poiesi*, Il Segnalibro, Torino, 1996.
- Rosaldo, R., Lavie, S., Narayan, K., *Introduction. Creativity in Anthropology*, in Lavie, S., Narayan, K., Rosaldo, R. (eds.), *Creativity/Anthropology*, Cornell University Press, Ithaca (NY), 1993.
- Sahlins, M., *Historical Metaphors and Mithycal Realities: Structure in the Early History of the Sandwich Islands Kingdom*, University of Michigan Press, Ann Harbour, 1981.
- Sahlins, M., *What is Anthropological Enlightenment? Some Lessons of the Twentieth Century*, in <Annual Review of Anthropology>, n. 28, pp. I-XXIII, 1999.
- Sahlins, M., *'Addio tristi tropi': l'etnografia nel contesto storico del mondo moderno*, in Borofsky, R. (a c. di), *L'antropologia culturale oggi*, Meltemi, Roma, 2000 (ed. or. 1994).
- Scott, J., *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Resistance*, Yale University Press, New Haven, 1985.
- Scott, J., *Domination and The Arts of Resistance: Hidden Transcripts*, Yale University Press, New Haven, 1990.
- Sewell, W. H. Jr., *A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation*, in <American Journal of Sociology>, 98(1), pp. 1-29, 1992.
- Suchman, L., *Anthropological Relocations and the Limits of Design*, in <Annual Review of Anthropology>, n. 40, pp. 1-18, 2011.
- van Gennep, A., *I riti di passaggio*, Bollati Boringhieri, Torino, 2002 (ed. or. 1909).
- Wagner, R., *L'invenzione della cultura*, Mursia, Milano, 1992 (ed. or. 1981).
- Williams, R., *Marxism and Literature*, Oxford University Press, Oxford, 1977.