

il Resto del Carlino

LOCALI MA CONNESSI

Senza un vero senso di comunità impossibile ripartire per ricostruire

di MARCO MARCATILI

e MASSIMILIANO COLOMBI*

SENZA territorio l'Italia di mezzo è diventata un'Italia media (Ilvo Diamanti). Senza territorio le Imprese faticano a incorporare valore e comunicare valori. Senza territorio non sarà possibile sfidare la costruzione di una, cento, mille coscienze di luogo per riacquistare responsabilità sociale e riaprire la strada a una visione della società oltre il mercato (Giacomo Becattini). Tuttavia, dentro una retorica che fatica a proiettare il territorio come soggetto corale e forza motrice del futuro, la comunicazione e la promozione del "brand-territorio" rischiano di divenire esercizi narrativi e di essere poco utili alle sfide di cambiamento cui siamo sottoposti. In questo senso "pro-muovere" può assumere il significato di far progredire un territorio, educarlo, "condurlo fuori", finanche provocarlo, e la comunicazione diventa lo spazio corale di istituzioni, imprese, società civile per rendere comune un posizionamento evolutivo e un visione strategica.

E per questo che un gruppo di giovani comunicatori marchigiani ha voluto provare i nostri territori, ideando il primo "Brand Festival" che inizierà domani a Jesi fino all'evento finale in programma il 2 aprile al teatro Pergolesi. Si tratta di una manifestazione in cui gli attori dello sviluppo, insieme alle agenzie di comunicazione, potranno discutere e confrontarsi sulle modalità di progettazione sull'identità di Marca personale, territoriale, aziendale.

Alcune domande comuni sfidano l'insieme delle città marchigiane. Con quale visione strategica una città-territorio affronta le sfide future? Con quali azioni progettuali e (nuove) soggettualità intende realizzare la visione di futuro? E da queste domande che le medie città marchigiane stanno cavalcando processi creativi per la costruzione di una cornice strategica comune, per l'individuazione di tutte le possibili iniziative del territorio e per la condivisione delle modalità attraverso cui ciascuno (singoli cittadini, associazioni, imprese) possa continuare a dare il proprio contributo al ripensamento delle città.

In maniera affatto paradossale le stesse domande sfidano le aree colpite dal sisma e alle prese con una difficile "ricostruzione sentimentale" oltre che appesantite da complessi iter techno-burocratici. Eppure anche qui la "ricostruzione della casa" in assenza di una "ricostruzione di luogo" produrrà effetti perversi perché la casa non è una tana e l'economia non è il business (S. Petrosino). In questa prospettiva e per tutti i luoghi creare futuro e nuove economie significa rispondere ad una domanda cruciale: che significa "ricostruire sociale"?

Sociale in relazione al processo di partecipazione dei cittadini. Sociale in relazione alla capacità di interpretare le nuove domande di persone al limite tra autonomia e non-autosufficienza. Sociale in relazione ad un "pacchetto di servizi" (socio-sanitari, culturali, etc.) che possono coniugare una convivenza tra spazi privati collettivi. Sociale in quanto



capace di offrire una chance a coloro che da soli non riuscirebbero mai a pagare un affitto o a sostenere una rata di un mutuo. Sociale perché crea una prospettiva intergenerazionale in cui giovani e anziani possono agire in reciprocità e scoprirsi buoni compagni di viaggio. Sociale perché capace di offrire un'infrastruttura tecnologica che supera il digital divide territoriale. Sociale in quanto capace di ripensare un'economia civile che non produce scarti e esuberanti.

Per ricostruire sociale però non bastano gli scienziati, i super-tecnici, i governanti più lungimiranti, i vescovi più devoti. Occorre coltivare un grande desiderio di comunità, anche se ferita, dispersa, forse dismessa, sicuramente banalizzata. Senza la comunità sarà impossibile "ripartire per ricostruire". Per queste ragioni i piccoli germogli di comunità già visibili sono un grande incoraggiamento per salutare l'arrivo di una promettente primavera.

* Promotori di 'Futuro Civile'