

# COLLOQUIO SCIENTIFICO SULL'IMPRESA SOCIALE

## IX EDIZIONE

# PAPER

**Maurizio Busacca**

Dipartimento di Management, Università degli Studi Ca' Foscari Venezia

## PERFORMATIVITÀ DEL WELFARE? UN'ANALISI DELLE PRATICHE E DEI DISCORSI DEI COWORKING PLUS (Co+)

*Paper presentato in occasione del*

Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 22-23 maggio 2015

Dipartimento PAU (Patrimonio, Architettura, Urbanistica)

Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria

ISBN 978-88-909832-2-1



**Iris Network**  
Istituti  
di Ricerca  
sull'Impresa  
Sociale



## **Abstract**

Negli ultimi anni in Italia si sta affermando un nuovo fenomeno: i Coworking Plus (Co+). I Co+ sono una particolare fattispecie di coworking il cui core-business è contenuto nel "Plus" variabile (servizi di incubazione, agricoltura, servizi alla famiglia, produzione culturale etc) e nei quali l'affitto di spazi di lavoro è strumentale a generare una rete di relazioni peer2peer a supporto di un core-business che spesso interviene in settori a basso rendimento marginale.

Insieme a questo fenomeno sta crescendo e si sta consolidando una narrazione che caratterizza l'affermazione dei Co+ come modello di imprenditorialità sociale (Venturi e Zandonai, 2014).

Adottando una prospettiva teorica della performatività come proposto da Judith Butler (1993) a partire dalla ricerca sugli enunciati performativi di John Langshaw Austin, ci interroghiamo sugli effetti di questo crescente discorso sui Co+ come creatori di socialità e nuovo welfare: quale forma di welfare si sta performando?

La ricerca viene condotta mediante un approccio etnografico e "netnografico". Da un lato, verranno analizzati i processi e le performances di quattro Co+ italiani attivi sul fronte dell'innovazione sociale: Avanzi, Fab, Piano C e Rural Hub. Dall'altro verrà analizzato il discorso prodotto e riverberato sui social intorno a questi quattro casi. Le informazioni sono raccolte mediante appunti sul campo annotati nel corso di incontri con i loro protagonisti, la registrazione di video-interviste realizzate ai fondatori e promotori delle esperienze analizzate e attraverso l'analisi della produzione social (Facebook e Twitter) dei quattro Co+ durante un arco temporale di due mesi scelti a campione.

Nell'analisi delle informazioni raccolte viene privilegiato il livello di analisi del 'discorso sul prodotto generato e sui suoi impatti' in termini di protezione sociale, verificandone la coerenza con i tre modelli storici di welfare: residuale, corporativo e universalistico.

Nell'ultima parte del paper i risultati ottenuti vengono condivisi e discussi con i soggetti che hanno partecipato allo studio, con lo scopo di verificarne la tenuta e la coerenza operativa e concettuale in relazione alla via italiana all'innovazione sociale che si sta sempre più caratterizzando, in continuità con la tradizione inglese, per l'allargamento del perimetro societario dell'impresa sociale, la finanza d'impatto, il design dei servizi e la collaborazione con la sharing economy.

## 1. L'affermazione del coworking (Co)

Sono passati solo 10 anni dalla nascita del primo coworking<sup>1</sup> ma in questo breve arco di tempo l'ascesa è stata incredibilmente rapida e distribuita. Secondo la ricerca realizzata da Deskwanted<sup>2</sup> tra il febbraio 2012 e quello 2013 il numero di coworking è quasi raddoppiato, passando da 1320 a 2421. L'Europa era già leader mondiale per numero di Co con più di 1000 spazi. Londra era la capitale del coworking con 81 spazi, seguita da New York (71), Berlino (68), Tokio (63), San Francisco e Madrid (46). Sempre da fonte Deskmag (gennaio 2015) si leggono alcune anticipazioni dei risultati della "Global Coworking Survey" 2014, dalla quale emerge che quasi 300.000 persone hanno lavorato in quasi 6000 spazi coworking in tutto il mondo. Dal 2012 al 2014, quindi, il numero di spazi di coworking nel mondo è cresciuto al ritmo del 100% annuo. Secondo dati Coworkingfor.com e myCowo in Italia a fine 2014 gli spazi di coworking erano oltre 250, fortemente concentrati nelle principali città e aree metropolitane. In entrambi i casi si tratta di dati presumibilmente sottostimati perché risultanti da processi di autosegnalazione da parte dei coworking stessi.

Malgrado la velocità e l'imponenza del fenomeno questo è finora rimasto pressochè ignorato dal mondo accademico e della ricerca e invece analizzato prevalentemente all'interno di comunità di pratiche e di progetto (conferenze, piattaforme online, meeting,...). In ambito accademico i principali campi di ricerca che hanno affrontato il fenomeno dei coworking sono quelli della geografia dell'innovazione e dello sviluppo urbano - Davies & Tollervey (2013); De Guzman, G.V. & Tang, A.I. (2011); Nakaya & Fujiki & Satani (2012); Moriset (2013); Cagnol (2013).

I co-working sono generalmente definiti come spazi dove professionisti, imprenditori e altre tipologie di lavoratori condividono alcune risorse (tipicamente spaziali, fisiche e strumentali) e sono aperti a condividere la loro conoscenza con il resto della comunità e che per incoraggiare e animare la collaborazione tra i loro frequentatori sviluppano specifici modelli di gestione (Moriset, 2013).

Secondo i filoni sopra citati l'emergere del fenomeno coworking è connaturato all'affermazione dell'economia creativa (Florida, 2002) e alla crescente digitalizzazione della società (Maskell & Malmberg, 1999; Maleki & Moriset, 2008). Conseguentemente, sono le 'città creative' delle economie avanzate ad incentivare e accogliere il fenomeno per favorire processi di condivisione e trasferimento del sapere tacito con incorporate le sue componenti sociali e culturali (Howells, 2002; Leamer & Storper, 2001; Gertler, 2003; Sennet, 2012). Ad eccezione delle posizioni 'critiche' di Sennet, questi autori muovono tutti dall'affermazione che nel contesto competitivo dell'economia globalizzata gli individui creativi e le imprese innovative sono i driver di sviluppo e crescita economica, sostenuti dal moltiplicarsi delle occasioni di collaborazione e condivisione che rendono possibile lo scambio di conoscenze tacite. Gli esiti di questi filoni di ricerca guardano con particolare attenzione alle 'lone eagles' (Beyers & Lindahl, 1996), cioè ai lavoratori della conoscenza che possono operare nomadicamente in ogni luogo, e all'emergere di forme di relazione fondate sul crowd (-sourcing e -funding) e sul wiki, cioè sulla co-produzione.

Questo approccio al coworking ha un grande punto di debolezza, solo parzialmente sopperito dal lavoro svolto nell'ambito della geografia economica: l'elemento della localizzazione del lavoro è considerato marginale a favore di comportamenti nomadi, mettendo quindi grande enfasi ai temi della mobilità e della libertà del lavoro e dei lavoratori. Perché debolezza? L'esperienza e l'analisi delle esperienze di coworking suggeriscono che invece queste siano fortemente connesse alla capacità di attivare comunità locali di

---

<sup>1</sup> La costituzione formale del primo Coworking space avviene a San Francisco tra il 2005 e il 2006, prima all'interno della sede di un collettivo femminista - Spiral Muse - e poi nel più famoso "Hat Factory".

"Coworking - Community for Developers Who Work From Home". Neuberger Brad 2005, Coding In Paradise.

<sup>2</sup> 3th Global Coworking Survey. Deskmag

lavoratori e infatti il numero di coworkers residenti (anche se a tempo) è prevalente rispetto agli utilizzatori saltuari, anche perché se no non si spiegherebbe la prevalenza di tariffe mensili rispetto alle tariffe giornaliere.

Per tentare di colmare questa lacuna, in questo lavoro suggerisco di adottare una prospettiva differente nell'analisi delle ragioni del successo del coworking come forma di organizzazione del lavoro, prima ancora che organizzazione del luogo di lavoro. Se noi identifichiamo nelle città contemporanee i nodi della 'matrice' chiamata globalizzazione (Sassen, 2002; Sassen, 2005), ambienti nei quali si concentra la forza lavoro che produce l'infrastruttura della globalizzazione stessa, dovremmo parlare di forza d'attrazione del lavoro – più che di mobilità volatile del lavoro – che crea dei 'grumi' (o granuli) di lavoratori (Campesi, 2010) a disposizione del processo di produzione globale. Le città diventano così il luogo della produzione diffusa, con il conseguente bisogno di organizzare in nuove forme la produzione stessa. A fianco delle grandi e piccole imprese globalizzate, la produzione necessita di nuovi spazi nei quali convogliare il lavoro di individui mobili ma all'interno di un perimetro geografico prestabilito e circoscritto. Il tema dello scambio delle conoscenze tacite qui non si perde, piuttosto si rafforza nella direzione della comunità.

Questo passaggio mi aiuta ad articolare un'altra parte di riflessione che colma ulteriormente la debolezza interpretativa da cui siamo partiti. Se la questione della mobilità del lavoro più che della sua volatilità fosse sufficiente a spiegare il successo dei coworking allora non riusciremmo a comprendere il successo che questo fenomeno sta riscuotendo nell'ambito dell'innovazione sociale e della sua capacità di modificare la forma e la modalità di erogazione dei servizi di interesse generale. Nel mondo, sia occidentale che asiatico, il tema dell'innovazione sociale è entrato fortemente nelle politiche di governo per rispondere al crescente bisogno di identificare e strutturare nuovi modi di rispondere ai bisogni sociali. L'invecchiamento della popolazione, il crescente deficit di democrazia ad ogni livello (locale, regionale e nazionale) e l'austerità semi-permanente delle finanze pubbliche generano una crisi di legittimità per il settore pubblico come produttore ed erogatore di servizi di welfare (Pestoff & Brandsen, 2009). In questo quadro i temi della co-produzione e dell'innovazione (gli stessi che producono e sono prodotti nell'ambito del discorso del coworking) vengono riformulati nel senso della partecipazione dei cittadini alla produzione e alla distribuzione dei servizi. La partecipazione, per essere concreta, richiede presenza, interazioni e competenze, tutti elementi che ci riportano ai temi della localizzazione, della comunità e delle occasioni di scambio del sapere tacito in senso culturale e sociale oltre che tecnico. La dimensione della comunità, allora, non è più un'esternalità positiva del processo di produzione e distribuzione del valore generato ma diviene un fattore abilitante, cioè che innesca e alimenta la produzione del valore.

La proposta di inserire tra le forme di imprenditorialità sociale i coworking (Venturi & Zandonai, 2014) trova qui un fondamento che supera l'evidenza e la rilevanza empirica, che pure ci sono, e traccia una coerenza operativa tra le dimensioni della localizzazione, della relazionalità e dell'organizzazione del lavoro nello spazio dei processi di innovazione sociale. Se la piattaforma è l'infrastruttura tecnologica, il peer to peer quella relazionale (sociale), i free-lancer quella materiale, il coworking è una delle infrastrutture organizzative della sharing economy<sup>3</sup>. I coworking diventano allora una risposta al lavoro che cambia e al crescente bisogno di luoghi di contaminazione e creazione (creatività). In questo modo il coworking diventa una sorta di incubatore di iniziative imprenditoriali e in senso lato social, "un centro di aggregazione che attira o entra nell'orbita di attività sociali diverse". Non a caso, sono decine gli esempi che solo in Italia possiamo fare di laboratori "per la progettazione e la realizzazione di attività sociali e culturali che coinvolgono associazioni, cittadini, operatori artistici e culturali" (Symbola, 2014). Nel sistema di produzione contemporaneo la produzione di conoscenza trae beneficio da forme di collaborazione e

---

<sup>3</sup> The Economist (2010). "The rise of the sharing economy". <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>

condivisione, conducendoci in una nuova fase che potremmo definire di capitalismo relazionale. Gli spazi di coworking (con i fablab e gli incubatori, per citare gli altri più famosi), per la loro istitutiva essenza di spazi collaborativi, diventano i luoghi privilegiati di questo nuovo modo di produrre valore. Poiché esiste solo in presenza dell'instaurarsi di relazioni fra diversi soggetti, il capitalismo è relazionale e per sua stessa natura, sociale, genera cioè impatti continui nel territorio di riferimento, stimolando continue innovazioni che, a loro volta, favoriscono nuove relazioni e così via, in un circuito virtuoso sempre più spinto<sup>4</sup>.

## 2. La nascita dei coworking plus (Co+)

La bassa profittabilità<sup>5</sup> degli spazi di coworking (Foertsch, 2011) abbinata alla crescente spinta verso processi 'community-based' spinge i coworking a sviluppare forme alternative di redditività: contributi pubblici, vendita di servizi, organizzazione di eventi, somministrazione di alimenti e/o bevande, sponsorship e premi integrano la bassa profittabilità dell'azione principale dei coworking (Coiffard, 2012 cit. in Moriset, 2013), ovvero l'affitto di postazioni di lavoro e la creazione di una comunità professionale.

Queste descritte, però, sono tutte attività direttamente connesse con l'azione core del coworking come organizzazione del lavoro. Al netto della contribuzione pubblica (che riconosce esplicitamente la funzione sociale dei coworking), tutte le altre attività mirano ad incrementare le occasioni di condivisione e/o trasferimento della conoscenza e così facendo fondano il potenziale vantaggio competitivo del coworking nella sua abilità di costruire una comunità professionale e imprenditoriale capace di incrementare le possibilità lavorative di tutti i suoi membri, che è già di per sé stessa evidenza della funzione sociale del coworking.

Nel corso del 2014 ho frequentato molti appuntamenti nei quali gli animatori di spazi di coworking hanno presentato le loro esperienze, evidenziando la grande fatica necessaria per rendere sostenibili i loro progetti e al tempo stesso i molti impatti positivi della condivisione, della collaborazione e del risparmio economico per i coworkers. Approfondendo il dialogo le storie sono state precisate: "Il coworking è un'attività in perdita netta ma ci ha generato una reputazione che prima non avevamo e il numero di consulenze e formazioni che ci sono state richieste è cresciuto esponenzialmente", mi ha raccontato il promotore di un importante coworking del nord d'Italia inserito in una rete internazionale di spazi di lavoro condivisi. Per lui la perdita netta dell'attività di gestione del coworking rientrava in un modello di business che sosteneva invece le attività di formazione e consulenza dell'impresa. I gestori di un altro importante anche se recente spazio di coworking del Nord Est hanno dichiarato che per loro "il lancio del coworking è stata un'efficace operazione di marketing che ha posizionato in modo più visibile e credibile le nostre imprese nei loro settori storici e prevalenti di attività". "E' dura e anche se ci siamo studiati le caratteristiche dimensionali e spaziali ideali, portare a pareggio i costi di gestione è una sfida difficile", mi ha raccontato il promotore di un importante coworking internazionale nel centro Italia. Sono alcune decine le 'ammissioni di difficoltà' che ho raccolto in un anno come risposta alla domanda semplice e diretta domanda "Ma questo tanto dichiarato coworking può essere di per sé stessa un'attività d'impresa redditizia?". Molto diverse, invece, le risposte ottenute da chi aveva promosso uno spazio di coworking a partire dall'apertura di una propria sede operativa a soggetti terzi. In questi casi la dimensione economico-monetaria è stata messa in secondo piano a favore dei vantaggi derivanti dalla costruzioni di partnership professionali o semplici collaborazioni che hanno ampliato le possibilità operative iniziali: "Abbiamo iniziato

---

<sup>4</sup> Busacca, M. (2014). "Innovazione sociale e capitalismo relazionale". Doppiozero Cit. in "Coesione è competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia". Fondazione Symbola, Unioncamere, Consorzio AASTER, aiccon

<sup>5</sup> Gli esiti della survey ci restituiscono una fotografia nella quale il 60% dei co-working non è remunerativo e solo il 70% dei coworking con oltre 50 membri è redditizio

ad offrire pacchetti integrati di servizi”, “Collaborando sono nate idee che singolarmente non avremmo avuto le capacità di perseguire”.

Entrambi questi filoni di risposta, però, non affondano il colpo sul tema tanto caro al mondo dei coworking: la costruzione di comunità professionali capaci di abilitare una maggiore capacità di produzione di valore. Le prime risposte rientrano nell'alveo dell'economia reputazionale, le seconde in quello delle reti d'impresa. In entrambi i casi il coworking è il pretesto o lo strumento per farle crescere piuttosto che un'organizzazione del lavoro che genera comunità.

Negli ultimi anni, però, iniziamo ad assistere alla nascita o alla riprogettazione di spazi di coworking che superano questi approcci strumentali (anche non volutamente strumentali) e cercano o addirittura riescono a incorporare l'attivazione di spazi condivisi di lavoro nei loro processi di produzione. Si tratta di quelle esperienze che qui propongo di chiamare coworking plus (Co+) e che si caratterizzano come una particolare fattispecie di coworking il cui core-business è contenuto nel "plus" variabile (servizi di incubazione, agricoltura, servizi alla famiglia, produzione culturale,...) e nei quali l'affitto di spazi di lavoro è strumentale a generare una rete di relazioni P2P a supporto di un core-business che spesso interviene in settori a basso rendimento marginale, che faticano a reggere sul mercato in assenza di una contribuzione pubblica che oggi sta via via scomparendo e che cercano nel P2P nuove forme di produzione del valore. Ad esempio, il milanese Barra A non è un “ramo d'azienda” di Avanzi e tantomeno un corpo estraneo rispetto a Make a Cube. È piuttosto una serra all'interno della quale far germogliare professionalità e progetti imprenditoriali che possono poi trovare negli altri due ambienti ulteriori forme di supporto e scambio. Se la missione di Piano C (ancora Milano) è quella di far incontrare donne e lavoro, il coworking è inserito in una filiera più ampia di servizi che vanno dall'orientamento, alla formazione passando per il Cobaby. O ancora, il fiorentino Multiverso è esplicito nell'indicare il coworking come luogo fisico e virtuale per rafforzare il posizionamento sul mercato (interno ed esterno) del circuito di lavoro (i coworkers). La Faber Academy Box di Itaca (Pordenone) attiva il coworking nell'ambito di un processo più ampio di re-branding aziendale che si è trasformato in un processo di rigenerazione aziendale. Il Coworking Family Friendly di Lab Altobello (Venezia) aggrega l'offerta di servizi di conciliazione per sviluppare nuove forme di welfare familiare e aziendale. Il luogo condiviso di vita (coliving) e di lavoro (coworking) di Rural Hub è lo strumento per interconnettere ricercatori, attivisti, studiosi e manager interessati al mondo delle nuove imprese rurali. In tutte queste esperienze la sostenibilità del coworking è rintracciabile nello sviluppo di core business differenti (+) dal co(working), ma ciò non avviene in modo separato ed esclusivamente funzionale alla sostenibilità del Co, anzi Co e + si integrano e sostengono reciprocamente mediante interazioni bidirezionali continue: le interazioni sviluppate nel Co alimentano e sostengono il +, favorendo la diversificazione della produzione e l'aumento della qualità del prodotto; al tempo stesso il + non solo sostiene economicamente il Co ma ne alimenta i frequentatori e soprattutto i processi di comunità. Si crea così un circolo virtuoso che rende indissolubilmente intrecciate le due dimensioni, per questo Co+.

Questi approcci al coworking non rappresentano solo una variante della forma originaria (anche perché a ben vedere non fanno altro che portare a livelli più elevati gli stessi obiettivi originari), piuttosto presentano una serie di potenziali vantaggi competitivi rispetto sia gli approcci strumentali sia, soprattutto, in relazione ad altre forme di organizzazione della produzione. Individuare alcune traiettorie della fase di cambiamento socio-economico che stiamo attraversando non è impresa impossibile: collaborazione, relazione e interazione sono vocaboli che trovano uno spazio sempre maggiore nel discorso pubblico condensate in una keyword ormai affermata, sharing economy. E questo ha una logica: in una fase del capitalismo in cui il valore della produzione cognitiva sta crescendo, la produzione di valore è strettamente connessa alla capacità di produrre conoscenza. Il bene conoscenza, però, è di un tipo assolutamente inconsueto. Invece di consumarsi, cresce con l'uso e lo scambio che a loro volta coesistono e si nutrono di processi

collaborativi. All'interno di questo scenario di economia digitalizzata, immateriale e globale i luoghi e le persone sono sempre più determinanti per la produzione di valore. Il coworking come forma organizzata della produzione può allora costruire forme di vantaggio competitivo sulle altre forme di organizzazione del lavoro.

Nel Co+ l'incorporazione del coworking nella filiera aziendale determina l'incorporazione della dimensione comunitaria nella produzione stessa. I coworking diventano spazi di lavoro comune che si propongono di generare conoscenza organizzata e di qualità e nei quali i coworkers hanno libero 'accesso' e producono un apprendimento continuo e consapevole. Tale azione è finalizzata a favorire le possibilità di introdurre cambiamenti nelle modalità di produzione per perseguire un obiettivo comune a due o più membri della comunità. Comunità di pratica (Wenger & McDermott & Synder, 2002), comunità di azione (Zacklad, 2003; Pemberton-Billing & Cooper & Wootton & North, 2003) e comunità d'intenti (Wenger, 1995; Cigognini & Barella & Švab, 2005) si fondono originando comunità di progetto nelle quali una pluralità di attori collaborano (condivisione dei mezzi) e cooperano (condivisione dei mezzi insieme ai fini) per trovare soluzioni alla multiproblematicità del contesto nel quale operano.

Nei Co+, anche alla luce del fatto che sono simultaneamente 'abitati' da operatori e da professionisti inseriti in una filiera aziendale organizzata, il sapere esplicito e quello tacito si confrontano continuamente nell'esperienza del fare, nel valore della pratica. Gli spazi di Co+ diventano il luogo nel quale affrontare i problemi della produzione complessiva. In un certo senso, i Co+ ricordano contemporaneamente gli "scaffali della tecnologia" della Motorola e la "discussione continua" di Nokia (Sennet, 2008). I coworkers, in virtù del loro approccio collaborativo, sono essi stessi possibili soluzioni nelle quali imbattersi attraverso un processo di comunicazione fluido, dipendente dal contesto e indeterminato (Lester & Piore, 2004). Un'organizzazione aziendale rigida che affrontasse il problema dividendolo in parti e affidandone per ciascuna la soluzione ad un diverso 'ufficio' opererebbe di certo con maggiore linearità e disciplina ma per ottenere il medesimo risultato dovrebbe contrastare la competizione tra i vari uffici. Il ricorso alla condivisione e alla collaborazione porta a "quell'intimo e fluido nesso tra soluzione dei problemi e individuazione dei problemi che (per Sennet) è il segno esperienziale della maestria tecnica". Nel costruire in modo collaborativo questa abilità artigiana fondata sulla condivisione di conoscenza, però, i coworkers dei Co+ non si limitano a sviluppare l'abilità tecnica necessaria al ben-fare, sviluppano anche la capacità di 'organizzare' più fattori dell'attività stessa: almeno gli altri coworkers (i loro saperi e le loro abilità) e le altre parti della filiera. Al tempo stesso, nei Co+, la scelta di affidare al coworking le tradizionali funzioni della divisione ricerca e sviluppo dell'impresa fordista implica di assegnare ai coworkers la missione di risolvere i 'problemi' della produzione attraverso soluzioni incerte fondate su un elevato tasso di creatività. Nei coworkers dei Co+, allora, oltre alle caratteristiche tipiche del professionismo (abilità tecniche) possiamo rintracciare le caratteristiche che fin dal 1730 sono state identificate da Richard Cantillon come doti imprenditoriali: innovatività o creatività (soluzioni differenti), propensione al rischio (risultati incerti) e ars combinatoria (connessione dei fattori). Ciò significa che l'impresa nel suo insieme attraverso il Co+ incorpora non solo la tradizionale compagine imprenditoriale e sociale ma pure una notevole quantità di collaboratori (coworkers sganciati dai tradizionali vincoli di subordinazione) con spiccate attitudini e abilità imprenditoriali. L'impresa in questo modo riesce a "catturare" il valore della produzione cognitiva dei coworkers senza instaurare una relazione "dipendente".

I problemi che i co-workers si trovano ad affrontare nel Co+ sono direttamente connessi alla progettazione e alla qualità di prodotti e servizi e per affrontarli devono analizzare in modo critico, ragionare logicamente, risolvere problemi complessi e pensare creativamente in una comunità articolata di attori. Nel Co+ diventano allora strategiche le abilità interpersonali che permettono di comunicare in modo interdisciplinare e di lavorare con altre persone; la capacità di assumere una visione olistica che guardi ai

problemi di sistema (l'azienda è il sistema più piccolo, inserita nel più ampio sistema dell'ambiente competitivo) e a soluzioni sistemiche che coinvolgano diverse procedure e concetti; la propensione a cercare soluzioni concorrenti per combinare tra loro le migliori scelte possibili per generare con nuove configurazioni; la capacità di rappresentare in modo chiaro e immediatamente fruibile le idee in fase di sviluppo, utilizzando sia la visualizzazione che il linguaggio per veicolare il lavoro-soluzione che stanno producendo. Nel Co+ si incentivano quindi sei delle sette caratteristiche che secondo Owen (2007) identificano gli approcci e i modi del design thinking: possibilità di visualizzare, predisposizione verso la multifunzionalità, visione sistemica, possibilità di usare il linguaggio come uno strumento, propensione al lavoro di squadra, evitare la necessità della scelta (a queste Owen aggiunge la centralità dell'interesse verso l'umano e l'ambiente).

Nel Co+ il coworking viene quindi inteso come forma di organizzazione del lavoro e diventa un ambiente propenso ad utilizzare processi di design thinking per aumentare le capacità produttive dell'impresa in senso qualitativo e quantitativo attraverso processi di interazione orizzontale (co-produzione) e verticale (pratica - retroazione).

### **3. Misurare l'impatto sociale del Co+**

La crescita continua del fenomeno coworking (Deskmag, 2013), la loro iscrizione nelle forme di imprenditorialità sociale (Venturi & Zandonai, 2014) e la loro inclusione in progetti di innovazione sociale che ne fanno il motore della propria capacità di rendere operativo il capitale cognitivo mobilitato rende indispensabile valutare il reale impatto di questi processi nell'ambito delle pratiche più innovative. I Co+ sono in continuo aumento e stanno riscuotendo un sempre maggiore successo negli ambienti della Social Innovation, dove riescono a mettere a valore le loro peculiari caratteristiche (comunità, interazione, produzione cognitiva,...). L'interesse per il fenomeno, però, non è rilevante solo per l'ambiente 'social' e può anzi rappresentare il prologo di una più ampia diffusione, sostenuta da un'evoluzione sociale e culturale che sta ridefinendo il rapporto tra economico e sociale. Se storicamente la Politica è stata il dominio dei fini (nel senso di scopo ultimo, dal Latino Finis, Greco τέλος) e l'Economia il dominio dei mezzi per perseguirli, oggi siamo di fronte ad un sostanziale rovesciamento del rapporto: è l'Economia a dettare i vincoli e gli obiettivi che la Politica deve trovare il modo di perseguire per non essere esautorata e sostituita da poteri tecnici nominati proprio nell'ambito dell'Economia stessa. Come il politico anche la questione sociale diviene dominio dell'Economia, che infatti è sempre più attiva nella cattura e nella produzione di valore sociale: dopo vent'anni di espansione del discorso sulla Social Innovation a questo si è affiancato il discorso sulla Sharing Economy. Fino ad oggi l'innovazione sociale si è manifestata all'interno di nicchie che non intercettano il fabbisogno di variegata "società imprenditoriale" ma la sfida all'allargamento delle espressioni e delle forme imprenditoriali può sostenere la proposta di nuovi strumenti di policy ed intervento su una pluralità di fronti: il consolidamento tecnologico delle reti sociali, la creazione di filiere della produzione artigianale e delle microimprese in particolare nell'ambito dell'economia culturale e creativa, la promozione di un sistema imprenditoriale fondato su principi di cooperazione tra diversi soggetti (spesso su base locale). La ricerca sui Co+, quindi, diventa un punto privilegiato di osservazione e di lavoro sul paradosso delle forme emergenti di economia 'social', caratterizzate dallo scarso riconoscimento di modelli cooperativi (esistenti e storici) per la gestione di processi e imprese che invece dichiarano di avere nello 'sharing' il loro principio di regolazione. Inoltre, la diffusione di incubatori di impresa e spazi di coworking sta generando impatti legati non solo ai tipici benefici della creazione d'impresa (occupazione, ricchezza, innovazione), ma anche alla rigenerazione dello spazio pubblico e del patrimonio culturale. In questa prospettiva questo lavoro di ricerca tenta di elaborare strumenti per supportare le imprese nella prova più importante per il loro sviluppo, ovvero strutturare, come è successo in altre epoche storiche, le

spinte in senso lato sociali che caratterizzano strati sempre più ampi e diversificati delle società contemporanee.

Per evitare di costruire nuove etichette o di alimentare ulteriori retoriche (quelle esistenti sono già abbastanza) e prima ancora di affermare questa particolare definizione di coworking (Co+) di nuova generazione diventa fondamentale misurare l'impatto di cui i Co+ sono effettivamente capaci. Il tema della misurazione dell'impatto sociale è il sorvegliato speciale della policy europea in ambito "social" di questi ultimi anni. Nella comunicazione della Commissione Europea "*L'Atto per il mercato unico II - Insieme per una nuova crescita*<sup>6</sup>" si sottolinea la necessità di definire metodi di misurazione dei vantaggi socioeconomici generati dalle imprese sociali nel quadro dell'attuazione sia dei FEIS che dell'EaSI e un parere d'iniziativa del Comitato economico e sociale europeo, nel quale si dichiara che "La misurazione dell'impatto sociale è una questione non solo importante, ma addirittura cruciale per ricostruire un'Europa a dimensione sociale. Per questo il Comitato biasima l'approccio davvero poco ponderato adottato dalla Commissione in materia, e la esorta al contrario a dedicare più tempo ad un esame approfondito dell'argomento in un contesto più ampio, da cui possano emergere le forme di metodologia più idonee" (CESE, 2013). Le difficoltà a definire indicatori capaci di "misurare performance caratterizzate da notevoli margini di incertezza e ambivalenza, considerando le peculiarità dei beni e dei servizi prodotti" e il rischio di "sottovalutare metriche legate ai sistemi organizzativi e agli assetti di governance (...) che rappresentano una garanzia ex ante della qualità del valore sociale prodotto" (Iris Network, 2014) non hanno comunque impedito di individuare alcune aree principali di misurazione: stakeholders engagement, empowerment e social relationships dei beneficiari, job motivation degli operatori, distribuzione del social value prodotto, vantaggi competitivi dei business model rispetto a soluzioni di altri soggetti pubblici e privati.

Questo approccio è effettivamente necessario, se non altro per valutare ex-post quanto fin qui realizzato e per fare un po' di luce sul pressapochismo e l'opportunismo che le retoriche dell'innovazione sociale hanno alimentato negli ultimi 10 anni. Malgrado ciò, se mettiamo a fuoco il tema dell'innovazione sociale, ci troviamo di fronte ad alcune zone d'ombra: se agli innovatori sociali ascriviamo la volontà di cambiare la società (Busacca, 2013), è effettivamente sensato valutarne il lavoro in itinere secondo i canoni e gli schemi della stessa società che vogliono cambiare? La mia risposta è no, a meno di non lavorare sulla 'capacità di predizione'.

Per fare ciò, pur riconoscendo l'utilità e la pertinenza della valutazione ex-post, trovo più interessante e utile nella costruzione di policy orientate all'innovazione sociale la valutazione ex-ante della capacità di alcuni fenomeni di orientare e formare pratiche discorsive e non discorsive (Foucault, 1971), cioè della capacità di originare fenomeni prima di tutto culturali e disciplinari (saperi, istituzioni, leggi, architetture, discorsi, sistemi di sorveglianza e punizione, metodi di disciplina e addestramento,...) che perseguono una strategia di potere coerente che soggettivizza la condotta di esseri umani 'liberi' di prendere posizione rispetto a quel sistema di pratiche che spingono in una direzione piuttosto che un'altra. Una misurazione d'impatto che m'interessa allora è quella che valuta la capacità disciplinare di alcuni discorsi, la capacità e il potere cioè di mobilitare e raccogliere adesioni alla loro proposta. È per questo che nell'affrontare questo lavoro attribuisco al linguaggio, orale e scritto, una funzione non solo descrittiva o rappresentativa (secondo la logica binaria vero - falso) bensì una funzione performativa o operativa.

Per fare questo propongo qui di utilizzare il framework concettuale della performatività del discorso elaborato a partire dai contributi di Austin (1946; 1962), Derrida (1962; 1967; 1972) e Butler (1988; 1993; 1997; 1999; 2004).

---

<sup>6</sup> COM(2012) 573 final.

Questo approccio al linguaggio performativo, introdotto compiutamente da Austin (1962) con la definizione di enunciato performativo, propone di non guardare più al linguaggio come strumento descrittivo di uno stato di cose ma di intenderlo propriamente come un agire<sup>7</sup>. Pronunciare frasi rituali da parte di persone credibili nei contesti appropriati non è descrivere l'azione ma è farla<sup>8</sup> (Austin, 1946). La particolarità di questi enunciati è che nel proferirli la persona sta compiendo un'azione di cui l'atto stesso di proferire l'enunciato è una componente essenziale. Nei performativi, che hanno come criterio di valutazione non il vero o falso bensì la felicità o l'infelicità, cioè la riuscita o meno dell'atto stesso, la convinzione del soggetto e l'appropriatezza del contesto sono due elementi imprescindibili a garantire la performatività dell'enunciato. Per Austin (1962), affinché gli enunciati performativi possano essere operativi devono rispettare alcune regole:

“(A. 1) There must exist an accepted conventional procedure having a certain conventional effect, that procedure to include the uttering of certain words by certain persons in certain circumstances, and further, (A. 2) the particular persons and circumstances in a given case must be appropriate for the invocation of the particular procedure invoked.

(B. 1) The procedure must be executed by all participants both correctly and

(B. 2) completely.

(r. 1) Where, as often, the procedure is designed for use by persons having certain thoughts or feelings, or for the inauguration of certain consequential conduct on the part of any participant, then a person participating in and so invoking the procedure must in fact have those thoughts or feelings, and the participants must intend so to conduct themselves, and further

(r. 2) must actually so conduct themselves subsequently”.

In Austin, quindi, il contesto e l'autenticità della volontà del performer sono elementi centrali e necessari a rendere felice l'enunciato.

La critica derridiana ad Austin (1967) muove dal considerare il linguaggio come costituito da marchi, cioè da segni iterabili, a prescindere da una ipotetica volontà originaria. L'ancoraggio contestuale e la presenza dell'intenzione vengono contestate da Derrida (1972). “Un'espressione performativa potrebbe avere efficacia se la sua formulazione non ripetesse un'espressione 'codificata' o ripetibile? O, in altre parole, se la formula che pronuncio per aprire una conferenza, varare una nave o stipulare un matrimonio non fosse conforme a un modello ripetibile, se non fosse, dunque, identificabile, in un certo senso, con una 'citazione'? (...) la categoria dell'intenzionalità non scomparirà, continuerà a mantenere il suo posto, ma da quella posizione non sarà più in grado di governare l'intera scena e l'intero sistema dell'enunciazione”. (Derrida, 1972). In Derrida è l'iterabilità, intesa come prelievo e innesto citazionale, all'origine della liberazione dall'ancoraggio testuale e dalla presenza dell'intenzione. Non si tratta di contrapporre il trascendentale (le categorie) e l'empirico (l'esperienza), né tantomeno di collocarli gerarchicamente tra loro, quanto piuttosto di intenderli e affrontarli come poli dialettici in continua interazione. Si tratta, ancora più nello specifico, di cercare la capacità del 'segno' di rendere possibile l'astrazione dell'individuale e dell'universale, di essere cioè la traccia singolare che si universalizza o l'elemento empirico che dà luogo all'idea (Ferraris, 2003). Se ci chiediamo in quale modo le idee diventano struttura e quale rapporto

---

<sup>7</sup> La Speech Act Theory (Searle, 1969) è composta dall'insieme di studi che hanno sviluppato le teorie di J.L. Austin

<sup>8</sup> Alcuni esempi formulati da Austin (1962) aiutano a comprendere più di ogni altra spiegazione: “(E. a) 'I do (sc. Take this woman to be my lawful wedded wife)'-as uttered in the course of the marriage ceremony. (E. b) 'I name this ship the Queen Elizabeth'-as uttered when smashing the bottle against the stem. (E. c) 'I give and bequeath my watch to my brother' as occurring in a will. (E. d) 'I bet you sixpence it will rain tomorrow.'”

intrattengono con l'empirico, l'analisi di Derrida (1962) può aiutarci a comprendere l'importanza del segno. Per Derrida i mezzi di trasmissione non sono esteriori e causali rispetto all'idealità ma ne costituiscono un elemento indispensabile. Quello che in questo lavoro mi prefiggo di tentare è di muovere dal dato (che nello specifico è segno, traccia) che avviene nell'empirico per risalire alle condizioni di possibilità. Mi chiedo cioè in che misura il segno non sia solo uno strumento di trasmissione del pensiero ma vera e propria condizione di possibilità delle idee. "L'attenzione al segno è dunque cura per la storia di cui esso è insieme il vestigio e il veicolo" (Ferraris, 2003). Secondo Derrida, quindi, gli enunciati possono essere spostati di contesto, citati e iterati in modi non previsti, allontanandosi dalle intenzioni dell'autore (Ginocchietti, 2012). È in questa interpretazione derridiana che Judith Butler intravede il potenziale sovversivo degli enunciati performativi, ben descritto nell'esempio del/della drag in *Gender Trouble* (1990). Per la Butler l'identità di genere è costituita dal e nel linguaggio attraverso atti performativi discorsivamente vincolati. È la ripetizione di questi atti all'interno di una rigida impalcatura regolamentare che produce la soggettivizzazione, al di là della volontà e della consapevolezza dei soggetti coinvolti nell'azione. La performatività richiede quindi una performance che deve essere iterata. Sostenere che il genere è performativo (Butler, 1993) significa affermare che i corpi non sono solo descritti ma che si costituiscono nell'atto della loro descrizione, effettuata attraverso enunciati performativi e la rievocazione di norme, processo che la Butler definisce, seguendo Derrida, citazionalità. La performatività come citazionalità mantiene al centro del discorso la ripetibilità degli atti, che è iterabilità in Derrida. L'iterabilità viene portata dalla Butler sul piano del discorso (1993) e ne fonda l'origine del potere autoritativo degli atti performativi (*authoritative speech*): i performativi esercitano un potere inderogabile e conferiscono un uguale potere all'azione performata (Ginocchietti, 2012). Se il potere del discorso di generare ciò che dice è legato alla performatività, quest'ultima è un dominio in cui il potere agisce sotto forma di discorso (Butler, 1993). Come l'iterabilità è alla base del potere autoritativo, per la Butler è all'origine del potenziale sovversivo dei performativi come processo storico. Nella citazione – iterazione – ripetizione dell'atto performativo c'è la possibilità dello spostamento del significato e quindi la possibilità di una ri-significazione dell'enunciato. È soprattutto negli "excitable speech" che la Butler (1997) trova la possibilità di rottura con il contesto originario dell'enunciato e la sua ri-significazione.

Il pregio di questo "approccio performativo" alla valutazione dell'impatto sociale del Co-working Plus (Co+) è duplice:

1. da un lato favorisce una valutazione ex-ante dei fenomeni di innovazione sociale spostando il focus sull'analisi delle loro pratiche discorsive, che precedono e accompagnano i fenomeni stessi;
2. dall'altro ci aiuta ad indagare il *sensu* dell'innovazione, uscendo dalla trappola del cambiamento fine a sé stesso, indagando le direzioni del discorso prodotto.

Inoltre questo approccio prende di petto un fenomeno che Zandonai aveva ben sintetizzato già nel 2010: "Le imprese sociali vengono da anni di investimento (direi di tempo soprattutto) su indicatori di performance economica e sociale e probabilmente hanno raggiunto il punto di non ritorno (e di avvitamento al ribasso) con l'obbligatorietà del bilancio sociale. Ma, come sempre in ritardo rispetto al business e agli anglosassoni (forse sono sinonimi), avanza inesorabile lo storytelling dove l'organizzazione non è più rendicontata d'impatto ma narrata di processo guardando alla storia delle persone che "la fanno" ogni giorno"<sup>9</sup>. Lo storytelling viene quindi interpretato non come mera descrizione dell'empirico ma come atto performante che lo produce.

---

<sup>9</sup> <http://blog.vita.it/fenomeni/2010/01/13/storyteller-vs-balanced-scorecard/>

#### 4. Una prima geografia italiana dei Co+

Definito il campo di analisi (Co+), le ragioni di interesse (Innovazione Sociale) e il framework concettuale (performative utterance, iterability, performativity) quello che qui voglio fare è rintracciare enunciati performativi (Austin), prelievi e innesti citazionali (Derrida), authoritative speech (Butler) e excitable speech (Butler). Quello che in questa sede propongo quindi di fare è di introdurre la performatività nell'ambito della valutazione d'impatto sociale nei termini di "social impact of words/signs". Attraverso questo lavoro non voglio solo misurare il potere autoritativo del discorso generato dai Co+, che pure interessa, bensì analizzare quali volontà sono impresse negli enunciati, quali sono i contesti da cui vengono prelevati gli enunciati *iterati*, quali sono le loro ri-significazioni. In ultima analisi, quello che mi interessa capire è se le pratiche discorsive dei Co+ stanno performing un qualche tipo di welfare e se sì quale tipo di welfare stanno *facendo*.

Questa parte del lavoro si concentra su 4 esperienze italiane che qualifico come coworking plus e che si caratterizzano, rispetto alle molte altre nate in questi ultimi 24 mesi, per la loro rilevanza nel panorama nazionale dell'innovazione sociale e culturale, per la continuità nella *produzione di discorso*, per essere nate già nella prima ondata italiana di coworking o addirittura per averla preceduta. Barra A (Milano), Faber Academy Box – FAB (Pordenone), Piano C (Milano) e Rural Hub (Napoli) sono esperienze che operano in ambiti molto differenti (imprenditorialità, welfare, politiche di genere e agricoltura) ma accomunate dall'orientamento all'innovazione sociale. Si tratta di esperienze che hanno un comune denominatore nell'istanza di cambiamento (*'Let's make a change'*) ma che partono da modelli identitari, valoriali e culturali profondamente differenti e che si possono bene rintracciare nelle comunità che li abitano e nelle modalità di azione e interazione.

Ci sono molte altre organizzazioni che si affacciano al mondo dei Co+ ma la loro giovane età o la loro scarsa capacità di generare discorso pubblico di respiro nazionale o internazionale, on-line e off-line, li rende degli oggetti di studio ancora troppo fragili nell'ambito dell'analisi dell'impatto sociale delle loro pratiche discorsive. Anche se l'intenzione in un prossimo futuro è quella di allargare anche a loro il campo d'indagine, è già qui corretto e doveroso citarne almeno alcuni (sicuro di tralasciarne, dato che il numero è in continua ed esponenziale crescita e in assenza di survey precise e aggiornate sono molto difficili da identificare nelle loro peculiarità): Casa Netural (Casa Netural), CO+ (E.S.T.), Fies Core (Centrale Fies), Kilowatt (Kilowatt), Lab Altobello (Sumo e Formaset), Laby (Laby), L'Alveare (Città delle mamme), Laboratorio Culturale l'm (Khorakhanè), Multiverso (Multiverso), Nuovo Spazio di Casso (Dolomiti Contemporanee), Officine ON/OFF (Gruppo Scuola e On/Off), Re Federico (Clac).

Inoltre, mentre approfondivo il lavoro di ricerca che fonda questo lavoro e iniziavo a lavorare alla definizione di questa nuova tipologia di coworking, mi sono imbattuto nel padovano CO+ e studiandone gli obiettivi e conoscendone i protagonisti mi sono convinto che nel loro nome avessero perfettamente riassunto l'essenza della tipologia organizzativa che stavo indagando e facendo emergere: ai due lati di quel nome c'erano i fattori per i quali valeva la proprietà transitiva, il coworking appunto (Co) e una seconda attività (+) che è ben inquadrata nella mission delle organizzazioni che lo fondano.

In questa sede i 4 casi studio vengono presentati sulla base di materiale documentale reperito sul web (siti internet, rassegne stampa, interviste,...) e sulla base di appunti e annotazioni raccolti nel corso degli ultimi due anni in occasioni di conferenze, workshop, viaggi, cene ed eventi vari. Si è quindi scelto di mettere sullo stesso piano le informazioni raccolte off-line con quelle raccolte on-line, nella convinzione che nella produzione del discorso le due dimensioni siano ormai parte integrante del nostro reale e quindi concorrano in egual misura alla produzione di pratiche discorsive.

In questo capitolo viene privilegiata la dimensione istituzionale del loro raccolto per fondare una base dati che in un momento successivo sarà comparata con la produzione di discorso 'social' in senso lato. Ho inoltre inserito dei brevi passaggi sui protagonisti di queste 4 storie per anticipare e sostanziare la credibilità dei soggetti (Austin, 1946) che quel discorso lo producono e lo performano.

### *Barra A<sup>10</sup>*

E' "una specie di serra dove nascono imprese, progetti e idee, un distretto dell'innovazione sostenibile". È "un luogo piacevolmente esposto al benefico influsso della collaborazione e della condivisione di spazi, esperienze e competenze, al riparo da affitti impossibili e isolamento professionale". Nella sua descrizione ci sono già tutti gli elementi cari al discorso dei coworking: collaborazione, condivisione e competenze si inseriscono in un ambiente economicamente più accessibile rispetto ad altre soluzioni privatistiche. L'innovazione che agiscono e promuovono "unisce la cultura d'impresa e le nuove tecnologie ai nuovi bisogni sociali e ambientali oggi emergenti, per dar vita a idee, prodotti e servizi in grado di coniugare sviluppo e equità, occupazione e sostenibilità". Lo spazio è abitato sia da organizzazioni (imprese, associazioni,...) che da singoli (professionisti, consulenti, free lancer,...). Nella loro presentazione istituzionale i promotori fanno certamente leva sui vantaggi tariffari degli spazi di lavoro ma il fulcro della loro proposta è spostato sulla comunità: "...il vero valore aggiunto deriva dall'aver a propria disposizione una vastissima gamma di competenze e esperienze: dalla contabilità aziendale ai bilanci sociali, dai fornitori sostenibili allo sviluppo di campagne online, dalla consulenza strategica per il new business a ricerche sui nuovi trend sociali e economici, dall'organizzazione di eventi alla responsabilità sociale d'impresa. Un network esclusivo e coerente, che proprio grazie alla condivisione di una visione comune dello sviluppo economico e sociale e all'approccio multi-dimensionale alle tematiche, permette di sviluppare i propri progetti e rendere più solida la vostra impresa, sfruttando al meglio le sinergie di costo".

Barra A. Habitat per Azioni' è lo spazio di co-working di 'Avanzi. Sostenibilità per Azioni', soggetto storico della scena milanese attivo sui temi dell'impresa sociale e dello sviluppo sostenibile e dal 1997 impegnato nei fronti della ricerca, della consulenza e delle politiche di sviluppo locale. Inoltre, dalla partnership con Make a Change<sup>11</sup> è nato un vero e proprio incubatore che seleziona e supporta "start up ad alto valore ambientale e sociale" all'interno di Make a Cube<sup>12</sup>. Avanzi è inoltre fortemente impegnato nella promozione e gestione di altri incubatori sociali tra i quali spiccano FabriQ ed Ex Ansaldo, due tra le più recenti e significative esperienze italiane a sostegno dell'innovazione sociale e culturale.

Giulia Cugnasca (Laurea in Exhibition Design alla Nuova Accademia di Belle Arti di Milano, esperienze nell'organizzazione di eventi tra cui Public Design Festival e la Biennale di Venezia) è "event and community manager, per l'organizzazione di eventi e lo sviluppo della community del Barra A". Giovanni Petrini (Laurea in Discipline Economiche e Sociali alla Bocconi di Milano, ex responsabile del progetto Fa' la cosa giusta! e Terre di Mezzo) si occupa dei processi di incubazione e business development per imprese no profit e profit ad alto valore sociale e ambientale e "segue lo sviluppo del network relazionale, l'animazione del Barra A".

---

<sup>10</sup> <http://www.avanzi.org/habitat>

<sup>11</sup> Make a Change è il movimento per il business sociale. <http://www.makeachange.it/>

<sup>12</sup> <http://makeacube.com/chi-siamo/>

### *Faber Academy Box – FAB<sup>13</sup>*

E' "un'officina stabile di innovazione che si mette al servizio dell'intero sistema della cooperazione". Nato in occasione del ventennale della Cooperativa Itaca di Pordenone, è rapidamente diventato un dispositivo capace di generare e alimentare innovazione sociale nel sistema di welfare territoriale e per Itaca è diventato un'importante occasione di rigenerazione e rinnovamento. "Il senso primo di FAB è di intervenire operativamente sul tema urgente del lavoro e dello sviluppo, scommettendo sul sapere e sulle potenzialità di persone ... che hanno un lavoro precario, provvisorio, instabile". Si rivolge a singole persone e a gruppi che "abbiano idee che si possano trasformare in impresa e costruire una reale occupazione nel tempo". La prima cosa che FAB dichiara di offrire, in piena ottica coworking, sono spazi e attrezzature attraverso i quali perseguire la "creazione di un contenitore che favorisca una contaminazione continua di pensiero, ottimismo, professionalità ... Lo spazio diventa quindi un luogo di contrasti e confronti dove si fondono aree di lavoro, di collaborazione, di relax e d'ispirazione". Oltre a spazi e attrezzature FAB offre anche attività di formazione, servizi di comunicazione, figure di facilitazione, supporto nella progettazione e nello sviluppo di relazioni. In FAB, come anche in Barra A, il coworking diventa allora una parte di un 'prodotto' più complesso che è volto ad aumentare le possibilità professionali per i suoi frequentatori e al tempo stesso far crescere o rigenerare il movimento cooperativo. Rispetto ad altri spazi di coworking nella sua promozione FAB punta molto meno sulla dimensione del vantaggio economico della condivisione di strutture lavorative e lo inquadra più che come uno spazio o un servizio, come una modalità operativa da sviluppare all'interno dell'incubatore di innovazione sociale. In questo senso è l'esperienza che più direttamente rimanda alla definizione di Co+ che ho introdotto in questo lavoro, laddove lo presenta come un'officina al servizio della cooperazione (di cui Itaca è uno dei massimi esponenti del nord-est). In occasione di molte presentazioni pubbliche ho avuto il piacere di ascoltare i protagonisti di questa avventura e il loro racconto, lucido e preciso nello spiegare che la decisione di dar vita a FAB per Itaca è stata certamente un'operazione di re-branding attraverso la quale riportare all'attenzione la centralità della loro organizzazione nell'ambito delle politiche locali di welfare. La scelta però di farlo attraverso un dispositivo che affondasse le radici nel 'prodotto' stesso della cooperativa (il sociale) si è trasformato nell'occasione di raccogliere oltre che di offrire: l'interazione (tema caro al discorso sul coworking) con i soggetti ai quali i professionisti di Itaca hanno offerto le proprie competenze e i propri spazi ha permesso alla cooperativa di interagire con nuove idee, nuove visioni, background culturali differenti, competenze diversificate, nuovi strumenti e di metterle a valore rigenerando alcuni dei business aziendali.

Nel discorso pubblico di Faber Academy Box le persone che lo hanno prodotto (che pure si possono rintracciare in Massimo Tuzzato, Christian Gretter prima e Silvia Maschio poi) sono messe in secondo piano rispetto a cooperativa Itaca, ovvero al soggetto organizzato che lo ha promosso e che continua a dirigerlo.

### *Piano C<sup>14</sup>*

E' stato lanciato alla fine del 2012 "come una realtà di coworking e servizi per donne e papà Vuole in realtà dimostrare che un nuovo modo di lavorare è possibile e che la felicità e la produttività non sono un gioco a somma zero". Anche loro, come già le esperienze precedentemente presentate, esplicita fin da subito la strumentalità del coworking. Per Piano C è il tema "del disagio femminile di fronte all'attuale mondo del lavoro – anche se forse si dovrebbe parlare dell'inadeguatezza inversa" l'obiettivo del loro lavoro. Il loro intento è quello di 'conciliare' a monte e non a valle i tempi di vita e lavoro e a questo scopo non si limitano

---

<sup>13</sup> <http://www.i-fab.it/cose-fab/>

<sup>14</sup> <http://www.pianoc.it/>

a mettere a disposizione 19 postazioni di lavoro, sale per riunioni, incontri e workshop, una cucina e un'area relax, offrono anche ai loro coworkers un servizio di cobaby per l'accudimento dei figli e un'area salvatempo con l'offerta di piccoli servizi di supporto alla gestione domestica (spese, riparazioni,...). L'offerta si arricchisce poi di consulenze aziendali, interventi a supporto dell'occupabilità e il percorso formativo "Maternity as a Master". Se non in termini di tariffe e postazioni il coworking di Piano C non viene nemmeno presentato ma direttamente implicato nello sviluppo di forme di collaborazione e condivisione dalle quali nascono e si sviluppano le proposte sopra elencate. Per loro l'obiettivo è "cambiare le dinamiche attuali del mercato del lavoro, con un particolare focus sulle donne" e il coworking è al tempo stesso una soluzione e uno strumento per perseguire l'obiettivo. È significativo che nelle loro presentazioni e interviste il coworking sia sempre presentato in collegamento con altri servizi (come appunto cucina, cobaby, salvatempo,...) e soprattutto sia indicato non come il nuovo modo di lavorare, ma più precisamente come il nuovo modo di vivere il lavoro. Questa prospettiva si inverte nell'aver deciso di affiancare all's.r.l. Piano C anche "un'associazione nonprofit che ha l'obiettivo di partecipare alla creazione di una nuova organizzazione del lavoro, più a misura di vita". È proprio nell'associazione che le dimensioni della collaborazione e della condivisione, e quindi anche della comunità, trovano il loro sviluppo coerente con l'area business dell'organizzazione. "L'associazione vuole iniziare dal creare una banca delle competenze delle associate: raccogliamo le competenze e le disponibilità degli associati, e le mettiamo a disposizione attraverso momenti organizzati negli spazi di Piano C, affinché tutte gli associati ne possano beneficiare e possano apprendere gratuitamente grazie all'esperienza degli altri!"

Raffaele Giaquinto (esperienze professionali presso la Commissione europea, Banca Prossima e Norisk) è lo strategist di Piano C. Sabrina Bianchi (esperienze in Vodafone Group come Responsabile della comunicazione per un progetto internazionale e in Vodafone Italia come Head of Co-Marketing e Partnership, in precedenza ha lavorato per Leo Burnett, Coca-Cola, A. Manzoni e Commerzbank) si occupa di relazioni istituzionali e di partnership. Riccarda Zezza (esperienze di pubbliche relazioni e marketing in Pirelli, Microsoft e Nokia, è stata a capo dello stakeholder engagement di Banca Prossima) cura la comunicazione di Piano C, di cui viene definita istituzionalmente "il Megacapo".

### *Rural Hub*<sup>15</sup>

E' "il nodo principale di una rete di ricercatori, attivisti, studiosi e manager interessati ad individuare nuovi modelli di sviluppo economico per trovare soluzioni ai bisogni sociali e di mercato che emergono dal mondo delle nuove imprese rurali". Per i suoi promotori Rural Hub è un "luogo condiviso di vita (coliving) e lavoro (coworking)" che "consente lo scambio e la condivisione tra persone, idee e progetti dell'innovazione sociale applicata alla ruralità" perchè "nell'attuale modello economico la creazione di valore si è spostata dal prodotto fisico all'immateriale. Nella Conventional Value Chain, infatti, il prodotto diviene un escamotage per la valorizzazione di altre dimensioni, quali la logistica, il branding e la finanza". La loro proposta è quella di una nuova economia rurale che "ha come obiettivo la riappropriazione di questi processi e la loro riorganizzazione su base comunitaria, in modo che restituiscano valore al prodotto materiale". Rural Hub è il più giovane dei 4 casi studio che in questo lavoro propongo di analizzare ma è allo stesso tempo tra i più prolifici in termini di produzione di discorso pubblico, sia sul lato degli eventi promossi che sul lato del loro riverbero sui social network. Un importante elemento di originalità della proposta è che in Rural Hub il coworking non si limita al solo spazio fisico, peraltro bellissimo, ma considera come reale anche tutto quello che di solito è considerato 'virtuale' perchè è parte della nostra esperienza di vita. Nato nel 2011 come "collettivo di ricercatori con l'obiettivo di studiare le buone pratiche dei giovani

---

<sup>15</sup> <http://www.ruralhub.it/>

innovatori del settore agro-alimentare”, dopo aver visto “che il rischio per alcune di queste buone pratiche era quello di spegnersi perché mancavano le risorse economiche”, i suoi fondatori hanno deciso di fornire ai giovani agricoltori gli strumenti utili per costruire un progetto imprenditoriale. Nell’esperienza di Rural Hub, quindi, il coworking è estremizzato nella sua forma di organizzazione del lavoro più che di spazio di lavoro, come dimostrato dalla scelta di considerare tale anche il coworking generalmente catalogato come ‘virtuale’ spazio di coproduzione. La vecchia cascina sui monti picentini è il luogo fisico in cui gli individui e i gruppi in relazione si ritrovano per condividere fisicamente pezzi del loro lavoro e per continui momenti di formazione. Ma la dimensione fisica non è solo strumentale, è anche scelta: la scelta di ‘collocarsi’ è anche la scelta di rimarcare la rilevanza della dimensione comunitaria e materiale nelle economie dell’immateriale.

Alex Giordano (fondatore di Ninjamarketing, membro dell’Accademia di Arti e Scienze Digitali di New York, docente universitario e autore di *Marketing Non Convenzionale: virale, guerriglia, tribale ed i 10 principi del marketing post-moderno*) è presidente e direttore scientifico di Rural Hub. Francesco Martusciello (imprenditore vitivinicolo e nel settore marketing digitale) è CEO di Rural Hub e incarna perfettamente le caratteristiche dei soggetti che interconnette. Agostino Riitano (Officine Efesti, Eruzioni Festival, Barock, Festival delle Culture Giovani, Trasparenze Festival, C.Re.S.Co – Coordinamento delle Realtà della Scena Contemporanea e Teatar Libero, si occupa di innovazione sociale e rigenerazione urbana mediante la valorizzazione delle eredità culturali) è il project manager di Rural Hub. Rural Hub ha anche un Advisory Board di fama internazionale.

## 5. “I do it...” Co+ e performatività

In questa sede mi propongo di isolare e analizzare quelle parti del discorso dei 4 Co+ che si caratterizzano per un elevato livello di performatività (Austin, 1962) e con essi la spiccata capacità di dare forma alla realtà (Butler, 1997; Derrida, 1972). Per farlo ho analizzato il loro discorso pubblico riverberato sui social (post, tweet, commenti, rassegne stampa, interviste,...<sup>16</sup>), sviluppando così in un approccio che riconosce nel ‘virtuale’ una parte del nostro reale e che impiega un metodo netnografico (Caliandro, 2011) a fianco di quello etnografico fin qui impiegato. Questa analisi si sviluppa lungo la produzione social di ‘discorso’ degli ultimi 30 giorni e l’ultimo anno di produzione mediale (articoli e interviste).

Nell’analisi dei loro performativi mi interessa soprattutto identificare quelle locuzioni che producono welfare attraverso le parole e soprattutto indagare quale tipo di welfare stanno performando. In particolar modo, cerco di ricondurre i loro performativi ai tre principali modelli di welfare conosciuti: residuale (rivolto ad una fascia molto ristretta di destinatari ai quali è richiesto di dimostrare la loro condizione di povertà e la loro meritorietà), corporativo (i diritti sociali sono collegati alla condizione del lavoratore) o universale (si passa dal concetto di assicurazione sociale a quello di sicurezza sociale con un welfare che garantisce a tutta la popolazione standard di vita qualitativamente elevati).

Questo approccio mi riporta al rapporto tra idee e storia, intesa come trasmissione storica, e alla risposta che i mezzi di trasmissione storica sono un elemento fondamentale a livello ideale (Derrida, 1962). Attraverso lo studio dell’empirico cerco cioè di risalire alle sue condizioni di possibilità fondendo un approccio archeologico, come inizio empirico di qualcosa, con uno teleologico, inteso come studio del verso a cui tende quell’inizio (Ferraris, 2003). Sono proprio le forme materiali di trasmissione, tra le quali spicca la

---

<sup>16</sup> Ho scaricato e analizzato una rassegna di post Facebook e tweet Twitter pubblicati sui profili dei 4 Co+ tra l’11 maggio e il 12 aprile 2015 e una rassegna di articoli pubblicati su riviste, quotidiani e portali dall’1 aprile 2014 al 10 maggio 2015. L’analisi è stata condotta sia sul piano della ripetizione lessicale che sul piano semantico della qualificazione lessicale.

scrittura social-mediale, che determinano la possibilità di generare le idee perché ogni forma di iscrizione emancipa la scoperta dal suo carattere soggettivo e contingente (Husserl, 1936).

### *Enunciati performativi*

Dall'analisi della produzione discorsiva dei 4 casi studio emerge subito l'impatto della stessa nell'affermazione della centralità delle esperienze nel contesto italiano dell'innovazione sociale. Faber Academy Box ha bruscamente ridotto, fino quasi ad interrompere, la sua produzione di discorso pubblico e da ottobre del 2014 è poco attivo sui social network e quasi del tutto assente dal mondo dei media. In pochi mesi è passato dalla condizione di *benchmark* del settore, citato in numerose ricerche, conferenze e articoli, alla condizione di esperienza tra le altre. Questo è avvenuto malgrado gli importanti risultati conseguiti anche in questo periodo dai suoi 'fabber'. Emerge così un tema sul quale intendo ritornare nel proseguo del lavoro, cioè la relazione tra impatto sociale e impatto discorsivo delle esperienze qui analizzate.

Tutti e tre gli altri soggetti hanno invece mantenuto un alto livello di produzione discorsiva, attraverso la pratica quotidiana di pubblicazioni e interazioni multiple sui social network e frequenti apparizioni sui media. La gran parte di questa produzione si caratterizza per un elevato grado di performatività, implicita ed esplicita. In questo modo hanno impiegato i media sociali come strumenti performativi, esprimendo direttamente e performativamente le proprie preferenze attraverso la costruzione e l'esposizione di loro stessi. Certamente le caratteristiche intrinseche degli strumenti social-mediali alimentano questi comportamenti performativi attraverso l'incentivo continuo ad esprimere un giudizio (il "mi piace"), ad esprimere un'opinione (il "commenta" o il "rispondi"), a condividere (il "retwitta" o il "condividi"), dando vita a una forma inedita di enunciato performativo implicito. Ne deriva una scrittura performativa che è la prosecuzione di atti eseguiti anche altrove: workshop, contest, training, meeting,... sono performance che vengono trasferite e proseguite su piattaforme differenti (Facebook, Twitter, Youtube, Slideshare,...). Le piattaforme social diventano così il luogo dove raccogliere, mettere in fila e produrre atti oltre che enunciati performativi.

Le 'dichiarazioni' prodotte sui social e nelle interviste non si limitano a descrivere o formulare delle ipotesi o delle descrizioni (vere o false), generano esse stesse dei fenomeni del tutto reali. Quando il profilo Facebook di Avanzi pubblica *[Last call] Stasera a Bologna per discutere di imprenditoria ad impatto sociale. Vi aspettiamo!*<sup>17</sup> non si limita affatto a promuovere l'evento bolognese, invece quello che fa è performare l'attesa e l'opportunità espressa dal 'last call'. Lo stesso giorno Avanzi pubblica su Twitter *Combattere la crisi con idee vincenti: @Sardexnet dalla Sardegna si espande nel resto d'Italia* <http://ow.ly/MupHH> via @makeacube, non limitandosi a descrivere la funzione del circuito di credito commerciale Sardex ma performando la lotta contro la crisi. Quando PianoC ha ritwittato<sup>18</sup> Enrico Martines (@enrico\_martines) "*La #diversity è il motore della innovazione*" @RiccardaZ @HPEnterpriseIT @stefano\_venturi @Adecoltalia #fiftyfifty non sta solo performando sui social una performance che sta realmente producendo in occasione dell'evento FiftyFifty, sta contemporaneamente compiendo l'atto di promuovere il diversity management (Cuomo & Mapelli, 2012). Lo stesso meccanismo di prosecuzione della performance off-line nell'on-line social lo ritroviamo nel tweet di Rural Hub<sup>19</sup> *al lavoro su #UbiquitousCommons, #benicomuni rurali, modelli d'uso e di attivazione. #iperconnessioni #smarrural* collegato alla simultanea realizzazione di un workshop nella cascina picentina. Fenomeni di questo tipo sono pressochè quotidiani per tutti e tre i Co+ qui analizzati e sono altrettanto frequenti anche nei profili degli altri Co+ che non sono analiticamente rientrati

---

<sup>17</sup> 5 maggio 2015

<sup>18</sup> 15 aprile 2015

<sup>19</sup> 13 aprile 2015

in questo lavoro di analisi. Lo storytelling quotidiano che producono si configura così come un racconto performativo, fondato sulla narrazione operativa di più performance.

Non si tratta allora solo della continuità nella 'pubblicazione', altrimenti non si spiegherebbe il differenziale di risultato con le altre esperienze che ho citato ma che non ho trattato come caso studio e che ottengono impatti discorsivi molto più bassi pur in presenza di una continuità discorsiva non inferiore. Il continuo utilizzo di illocuzioni e di perlocuzioni (Austin, 1962) e l'uso stesso delle ancora più frequenti asserzioni (enunciati dichiarativi proferiti da figure riconosciute competenti) trasformano il discorso dei 3 Co+ in un performativo e lo elevano da una condizione di ipotesi o opinione (vero o falso, constativo).

Tutta la produzione discorsiva dei 3 Co+ più attivi (Barra A, Piano C e Rural Hub) è fortemente caratterizzata da forme performative di discorso. Non si tratta però solo di 'parlare', quanto di parlare secondo certe regole codificate nel contesto sociale e che esprimono un certo sistema di valori che possiamo tentare di ricostruire attraverso le iterazioni più frequenti.

### *Iterazioni*

La prima forma di iterazione che in questo 'nostro' discorso possiamo rintracciare è quella da cui siamo partiti e che è posta al centro del presente lavoro: coworking, inteso come segno (o logo) che definisce un empirico che fa parte della realtà della nostra esistenza (Derrida, 1972). Ci sono poi almeno altre 2 parole-logo che vengono continuamente iterate nel discorso di tutti e 4 i nostri casi studio e che si configurano come un'iterazione di grado superiore che contiene e fonda tutte le iterazioni di grado inferiore: innovazione e 'fare'. Innovazione sociale, collaborazione e start-up sono altre iterazioni che completano la geografia di senso della produzione discorsiva dei 4 soggetti. L'utilizzo frequente di hashtag (parole chiave... loghi) e citazioni (profili... brand) non si limita a definire un perimetro semantico del discorso prodotto ma genera performativamente anche una geografia del fenomeno, nel senso che non si limita a descrivere comunità e tribù ma le genera operativamente attorno e all'interno di fenomeni di #socinn, #sharingeconomy, #coworking, #collaborazione, #tecnologia, #innovazione

Si tratta di una produzione discorsiva che descrive e al tempo stesso performa una società 'messa all'innovazione' e non più solo al lavoro. Non è più sufficiente lavorare. L'imperativo è innovare ed è solo la capacità di fare (spesso enunciato nel più cool co-produrre) che pare garantirci buone occasioni di crescita e sviluppo (raramente viene utilizzata la parola progresso). L'assunzione e la spettacolarizzazione mediatica e 'politica' del fare innovazione e del fare l'impresa paiono essere il punto vero di questo discorso, che raggiunge un picco interessante nel discorso contemporaneo. Questa struttura si innesta sull'urgenza quale preconditione logica al cambiamento e quindi retorica necessaria per chi vuole 'governare', nel senso di governamentalità (Foucault, 1971). Il punto è 'l'urgenza di cosa'? E la cosa di cui si sente l'urgenza è il 'fare' stesso. La retorica contemporanea è l'agitazione del fare e del dire di fare, anche cose vecchie e non per forza innovative, ma 'fatte'. Il concetto mitologizzato è proprio questo: fare senza parlare troppo, fare subito, produrre risultati, mostrare risultati, performare. È la performatività che caratterizza le nuove retoriche del 'governare' i processi di trasformazione sociale, ben sintetizzate nella locuzione delirante ma significativa di "Decreto del fare"<sup>20</sup>.

Un ruolo lo esercita certamente il fattore moda e il potere dei discorsi, che enfatizzano la reputazione prodotta dalla ripetizione e dall'imitazione della parola ripetuta nell'ambito del mainstream (e parole come

---

<sup>20</sup> Legge n. 98/2013 [http://www.lavoro.gov.it/Strumenti/normativa/Documents/2013/20130809\\_L\\_98.pdf](http://www.lavoro.gov.it/Strumenti/normativa/Documents/2013/20130809_L_98.pdf)

innovazione, digitale, coworking, start up, incubatore, social innovation, smart city, sharing economy, nuove tecnologie e innovazione sono certamente state al centro di un importante apparato discorsivo del mondo occidentale).

Però qui si pone un problema di 'responsabilità' (Butler, 1997): non si può mettere in relazione la performatività con la responsabilità dell'agente performante; il soggetto performa perchè si adatta a una pratica discorsiva o espressiva esistente, la sua performance si tramanda e i suoi effetti si impongono al soggetto stesso perchè il potere performativo dipende anche dal richiamo ad una norma. In questa accezione, allora, i Co+ parrebbero conformarsi ad un sistema normativo dato, ma questo contrasta con la loro intenzione 'dichiarata-praticata' di innovazione sociale che quel sistema cerca di trasformare. Nell'iterazione continua di queste parole di moda diventa allora difficile stabilire la differenza tra libertà ed oppressione e ancora più difficile capire dove finisce l'oppressione per diventare liberazione o solo una nuova forma di oppressione (Basaglia & Ongaro & Giannichedda, 2000).

### *Atti performativi ed excitable speech?*

Per la Butler (1997) il solo mezzo per riuscire a evadere da questa trappola è ripetere gli atti in modi diversi per mostrare il volto sgradevole delle iterazioni e la loro natura di costruzione culturale. È a questo punto che sorge una domanda cruciale, la cui risposta è forse l'unica via per comprendere quale tipo di welfare stiano performando queste esperienze: siamo di fronte a iterazioni che replicano il discorso pubblico contemporaneo (e quindi neoliberale) oppure che lo ri-significano?

L'iterazione continua da parte dei Co+ di parole che fondano il mainstream neoliberale è comunque molto spesso (non sempre, però) affiancata da enunciati che performano il cambiamento e la trasformazione come ben espresso nell'ahstag #smartrural che Rural Hub impiega in uno stesso tweet<sup>21</sup> performativo con gli ashtag #UbiquitousCommons, #benicomuni e #iperconnessioni.

L'opportunità offerta dalla parola 'logo' (Derrida, 1972) è proprio quella di poter essere decontestualizzata e ricontestualizzata, separata cioè dal suo autore e citata intenzionalmente. Questi continui prelievi citazionali possono anche dare origine a risignificazioni dei loghi stessi. La domanda allora non apre ad una risposta né univoca né scontata, eppure rispondere a questa domanda è preconditione logica e ontologica per affermare il tipo di welfare che questi performativi stanno attuando. Nel primo caso (iterazione del discorso neoliberale) la direzione sarebbe quella del welfare residuale (solo ai poveri conclamati e meritevoli sarebbero destinate le poche risorse ancora disponibili, per gli altri c'è il mercato) con alcune aree corporative (donne lavoratrici, agricoltori hi-tech, imprenditori social e culturali,...). Nel secondo caso, invece, si starebbe performando un welfare di un diverso tipo (Universale? Collaborativo? Mutualistico?...). Non è un caso che ci sia chi ha già iniziato a sostenere che "la cosiddetta Sharing Economy si è inserita come un software auto-installante su di un sistema operativo sociale dove la precarietà è ormai la condizione comune delle nuove generazioni. I free lance e i precari di tutto il mondo hanno visto negli strumenti della Sharing Economy il miraggio di un ammortizzatore sociale che gli stati nazionali liberali occidentali non vogliono più garantire" (Bonini, 2014).

E' proprio l'AD di Avanzi ad ammettere l'incapacità di dare una risposta certa a questa domanda che continua ad attraversa i luoghi che producono pratiche e saperi attorno ai temi dell'innovazione sociale (Zanoni, 2015).

---

<sup>21</sup> @RuralHub · 13 apr al lavoro su #UbiquitousCommons, #benicomuni rurali, modelli d'uso e di attivazione. #iperconnessioni #smartrural

Per provare a dare una prima risposta a questa domanda ho coinvolto alcuni dei protagonisti delle esperienze italiane di Co+ e alcuni tra i più attenti osservatori dei fenomeni classificati come innovazione sociale e innovazione culturale. Anticipo subito che le risposte non sono state univoche, anche se tutte seguono Austin nell'affermare la 'convinzione' degli agenti performanti sulla validità di quanto 'detto-fatto'. Per Virginia Sommadossi, anima e motore di Fies Core<sup>22</sup>, l'utilizzo ripetuto di alcune parole è necessario per farsi capire. "Quando provo a spiegare quello che faccio le persone faticano e allora dico loro che Fies Core è un Hub Culturale, così capiscono subito" ponendo l'accento sul potere normativo di alcune parole socialmente elevate a referente. "Questo però non vuol dire essere uguali ad altri", si tratta solo di un uso strumentale, necessario ma al tempo stesso fuorviante perché "anche se usiamo le stesse parole, già quando parlo con quelli dell'innovazione sociale mi accorgo che siamo diversi. Quello che noi facciamo è qualcosa di nuovo, di diverso, è una sorta di pensiero laterale che lavora sul nutrimento culturale delle persone e delle esperienze. Per me sociale ed economico sono solo ricadute particolarmente positive di questo lavoro."

Simile è l'analisi di Federico Boscaro, co-fondatore della cooperativa che ha promosso il CO+ di Padova come "strumento di presidio permanente del territorio per incentivare processi di rigenerazione urbana", il quale in relazione all'uso di vocaboli in auge nel contesto neoliberale dichiara senza esitazioni che non la vivono "come contraddizione perché per come lo pratichiamo siamo diversi, creiamo relazioni di tipo diverso e non di sfruttamento". Per loro la decisione di chiamarsi coworking è stata il naturale allineamento ad un referente strutturato e affermato nel linguaggio contemporaneo.

Elisa Cappello di Lab Altobello<sup>23</sup>, invece, intravede (e in parte ammette) in questo comportamento un'attività reputazionale perché "se non le usi rischi di non essere riconosciuto" dato che "ci sono parole di moda che vengono usate per avere successo anche quando sono solo apparenza e non sono collegate alla realtà perché importate in contesti culturali dove l'innovazione sociale ha altri percorsi storici". Per lei, decidendo così di vivere pienamente la contraddizione del suo stesso lavoro, "sono fenomeni funzionali al neoliberismo che noi abbiamo importato acriticamente... e in virtù dei quali oggi non lottiamo più per il diritto al salario, alla qualità del lavoro o alla maternità ma per il diritto stesso al lavoro". Agostino Riitano, project manager di Riral Hub, è altrettanto esplicito quando premette solidamente che "a noi non interessa proprio andare verso una società dove scriviamo al pc mentre facciamo jogging sul tapis roulant" e che "se non risemantizziamo il lessico rischiamo di favorire fenomeni di turbocapitalismo". Per Paolo Venturi la comunicazione di questi soggetti è "alfabetizzata secondo codici comunicativi del mainstream e a volte quello che questo riproduce non è il discorso neoliberale (almeno nelle intenzioni) ma l'incapacità di produrre o utilizzare un lessico differente, producendo così conversazioni che si assomigliano un po' tutte". Assistiamo così ad una sorta di "assuefazione al linguaggio senza domandarsi il significato profondo delle parole che veicolano".

Partendo dalla constatazione di una simile contraddizione, Barbara Imbergamo (2015) mette invece in luce<sup>24</sup> come i performer che qui ho analizzato mostrino "grande entusiasmo e una tendenza all'enfatizzazione positiva di queste esperienze e alla portata di cambiamento che dovrebbero determinare". Per lei queste pratiche discorsive e non discorsive mostrano una grande contraddizione: "mentre questi innovano, le politiche *mainstream* vanno avanti per la loro strada e gli innovatori finiscono addirittura per contribuire al solido mantenimento in vita del 'pensiero unico' mediante la produzione di retoriche che non lo scalfiscono mentre, al contempo, li illudono di star immaginando 'mondi'"

---

<sup>22</sup> <http://fiescore.squarespace.com/>

<sup>23</sup> <http://www.labaltobello.it/>

<sup>24</sup> <https://www.che-fare.com/co-innoviamo-tutto-sharing-economy-e-nuove-pratiche-sociali/>

Per Bertram Niessen questo 'appiattimento' lessicale non avviene solo per la mancanza di strumenti culturali o opportunismo ma c'è tutto un mondo di figure estremamente convinte di quello che dicono, trasformando così "l'emotional labor nel motore primo della produzione di valore... I social innovators sono soggetti il cui 'lavoro' è dire che sono social innovators per cui la dimensione performativa è al top" e producono regimi discorsivi che sono autoavveranti. Questo per lui vale fintanto che non introduciamo alcune variabili sociodemografiche nell'analisi (classe, ceto, tipo di studi,...) perché quando lo facciamo vediamo che inizia la stratificazione e che le disuguaglianze invece emergono.

Quello che inizia a tratteggiarsi dalla lettura di questi flash, raccolti nel corso di conversazioni informali e non strutturate, è un fenomeno performativo che si caratterizza almeno lungo tre dimensioni:

a) E' poco orientato alle esperienze (intese come elaborazione dell'empirico vissuto) e invece molto orientato a singole pratiche (intese come atto), al 'fatto' più che al vissuto, dove la cultura del 'per tentativi' prevale su tutto il resto. Le istanze di cambiamento che attraversano queste esperienze e questi tentativi non sono quindi performate, ciò che viene performato è proprio il fatto, rafforzando il rischio di rendere molte di queste pratiche discorsive vere e proprie retoriche che stratificano su 'loghi' di moda. Questo atteggiamento è enfatizzato nella comunicazione sui social media, dove i post e i tweet 'enunciano' per lo più appuntamenti, eventi, incontri e pratiche, andando a sviluppare e configurare uno storytelling che esprime proprio una cultura dei tentativi.

b) L'impatto performativo dei loro discorsi si sviluppa contemporaneamente nell'off-line e nell'on-line ed anzi le due dimensioni si sorreggono reciprocamente generando un reale che le contiene entrambe. In questo senso gli strumenti social mediali potenziano le possibilità performative dei soggetti e ne amplificano le possibilità d'impatto. Siamo di fronte ad una molteplicità di esperienze di Co+ che, pur muovendo da presupposti culturali differenti e agendo su ambiti differenti, non si differenziano tra loro tanto per la quantità di fenomeni generati quanto per la loro capacità performativa. Si richiamano tutti a parole di moda, producono una molteplicità di 'atti', sviluppano quotidianamente pratiche discorsive e tracciano 'geografie' chiamando continuamente in causa altri membri della comunità. Una grande differenza tra loro è invece proprio la dimensione performativa del discorso prodotto, sulla quale viene costruita la reputazione del performer più operativo.

c) Il lessico impiegato si richiama interamente ai fenomeni globali dell'innovazione e dell'imprenditorialità. Parole come innovazione, start up, produttività, crescita, sviluppo,... vengono assunte e anche sussunte nell'ambito del loro discorso su coworking, innovazione sociale e imprenditorialità sociale, appiattendosi così su un modello di sviluppo che è interamente inserito nella fase di sviluppo neoliberale. È quasi del tutto assente una riflessione critica sugli effetti dell'uso di questi lessici, assunti come inevitabili, necessari e neutrali. Al contempo, però, questi discorsi annunciano grandi trasformazioni, cambiamenti inevitabili e innovazioni dirompenti che stanno già oggi modificando in meglio (più o meno implicitamente) il nostro vivere sociale. Nel fare questo i discorsi iniziano ad assomigliarsi tutti, costellati di parole logo sempre uguali e che sono a loro volta uguali a quelle che possiamo leggere su Wired, il Sole 24 Ore, The Economist, limitando drasticamente il potenziale 'trasgressivo' di fenomeni che invece si richiamano fortemente al cambiamento radicale, che non può essere che trasgressione. Pare esserci una sorta di barriera-filtro che, una volta attraversata, normalizza il discorso.

"Ma che c'è dunque di tanto pericoloso nel fatto che la gente parla e che i suoi discorsi proliferano indefinitamente? Dov'è dunque il pericolo?" La nostra è una civiltà che rispetta, e quasi venera, il discorso, si vanta di averlo liberato e addirittura di averlo potenziato. E in fondo c'è del vero, oggi la possibilità di produzione discorsiva e la performatività della stessa raggiunge vette inimmaginabili fino a qualche tempo fa. Eppure sembrano esistere una serie di limiti e sbarramenti "in modo da alleggerire la sua ricchezza della

parte più dannosa e da organizzare il suo disordine secondo figure che evitano quel che vi è di più incontrollabile” ed evitare “ciò che ci può essere, in questo, di violento, di discontinuo, di battagliero, di disordinato e di periglioso” (Foucault, 1971).

Una debolezza dei Co+, allora, è proprio il fatto che ognuno di loro non sta di fatto performando un particolare modello di welfare ma sta performando singoli atti tra loro profondamente diversi. Nella frammentarietà dei tentativi e nella contemporanea adesione alle parole di moda, infatti, tendono a far scomparire quelle differenze che sono invece le chiavi interpretative dei modelli di welfare che stanno agendo e perseguendo fattivamente.

E' pressochè assente in queste pratiche quella dimensione 'politica' che potrebbe favorire processi di soggettivizzazione capaci di tracciare una reale discontinuità, quindi trasgressiva e conflittuale, rispetto al pensiero neoliberale mainstream e con essa è assente la possibilità di performare nuovi modelli di welfare, anche irritanti, attraverso l'iterazione di enunciati infelici (Butler, 1990). La tensione al cambiamento rischia allora di svuotarsi delle sue potenzialità trasformative e ridursi a 'Change for Change's Sake'. Per cercare invece di recuperare queste dimensioni e quindi la possibilità di disegnare un orizzonte trasformativo è necessario più che mai produrre un lavoro che Bertram Niessen definisce “a) di costruzione di strumenti discorsivi che facciano emergere le disuguaglianze, articolino un vocabolario della differenza e delle possibili trasformazioni; b) di strumenti pratici (amministrativi, legali, economici, tecnologici) che sostanzino e infrastrutturino l'emergere di questa differenza”.

Si tratta di una proposta che ricorda molto l'evoluzione del movimento LGBT e la sua trasformazione storica (D'Ippoliti & Schuster, 2011), nell'ambito della quale è stato proprio il grande lavoro prodotto sui referenti storici e sui significati delle parole (prima di tutto di genere) uno dei fattori che ha permesso a quel movimento di sviluppare una riflessione culturale e politica che oggi ha superato i confini identitari e comunitari e si articola invece sui piani diversi del bios, della cultura, dei diritti, dell'economia, dei commons etc.

Solo attraverso un processo di nuova e altra soggettivizzazione, per le nuove forme di imprenditorialità sociale come i Co+, è forse oggi possibile generare quella contestazione che è indispensabile per produrre un cambio di paradigma rispetto a quello neoliberale e quindi per performare fino in fondo la trasformazione che enunciano.

## Riferimenti bibliografici

- Austin, J.L. (1946). "Other Minds". Proceedings of the Aristotelian Society
- Austin, J.L. (1962). "How to Do Things with Words". Oxford University Press
- Basaglia, F. - a cura di Ongaro, F. and Giannichedda, M.G. (2000). "Conferenze Brasiliane". Cortina Raffaello.
- Beyers, W.B. and Lindahl, D.P. (1996). "Lone eagles and high fliers in rural producer services". Rural Development Perspectives.
- Bonini, T. (2014). "C'è sharing e sharing". Doppiozero
- Busacca, M. (2013). "Oltre la retorica della Social Innovation". Rivista Impresa Sociale
- Butler, J. (1988). "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory". Theatre Journal.
- Butler, J. (1990). "Gender Trouble". Routledge.
- Butler, J. (1993). "Bodies that Matter". Routledge.
- Butler, J. (1997). "Excitable Speech: A Politics of the Performative". Psychology Press.
- Butler, J. (2004). "Undoing gender". Routledge.
- Cagnol, R (2013). "Should the public sector fund coworking spaces?". Deskmag.
- Caliandro, A. (2011). "Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing: il Manifesto teorico - metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale". Centro Studi Etnografia Digitale.
- Camposi, G. (2010). "State, rights and the market in global society. On Saskia Sassen's Sociology of Globalisation". Franco Angeli.
- CESE (2013). "La misurazione dell'impatto sociale". Parere d'iniziativa INT/721
- Cigognini, M.E. and Barella, M. and Švab, M. (2005). "Comunità di pratica, comunità di menti o comunità di intenti?". Academia.edu
- Coiffard, X. (2012). "Le coworking créateur de richesse?". Angezanetti.com
- Cuomo, S. and Mapelli, A. (2012). "Un posto in CDA. Costruire valore attraverso la diversità di genere". Egea
- Davies, A. and Tollervey, K. (2013). "The Style of Coworking: Contemporary Shared Workspaces". Prestel Pub.
- De Guzman, G.V. and Tang, A.I. (2011). Working in the "UnOffice: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits". Night Owl Press.
- Derrida, J. (1962). "Introduction à "L'origine de la géométrie" de Edmund Husserl". Trad. it. Introduzione a Husserl "L'origine della geometria", Jaca Book, 1987/2008.
- Derrida, J. (1967). "De la grammatologie". Trad. it. Della grammatologia, Jaca Book, 1968/2006.
- Derrida, J. (1967). "L'écriture et la différence". Trad. it. La scrittura e la differenza, Einaudi, 1971.
- Derrida, J. (1972). "Marges – de la philosophie". Trad. it. Margini – della filosofia, Einaudi, 1997.

- Derrida, J. (1972). "Signature Event Context". Les Editions de Minuit.
- D'Ippoliti, C. and Schuster, A. (2011). "DisOrientamenti. Discriminazione ed esclusione sociale delle persone LGBT in Italia". Unar (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali)
- Ferraris, M. (2003). "Introduzione a Derrida". Editori Laterza
- Florida, R. (2002). "The rise of the creative class and how it is transforming leisure, community and everyday life". Basic Books.
- Foertsch, C. (2011). "The 2nd global coworking survey". Deskmag
- Fondazione Symbola (2014). "Coesione è competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia". I Quaderni di Symbola
- Foucault, M. (1971). "L'ordre du discours". Gallimard tr.it. "L'ordine del discorso: i meccanismi sociali di controllo e di esclusione della parola". Piccola Biblioteca Einaudi (2004)
- Gertler, M. (2003). "Tacit knowledge and the economic geography of context, or the undefinable tacitness of being (there)". Journal of Economic Geography.
- Ginocchietti, M. (2012). "La nozione di performatività: un confronto tra Judith Butler e John L. Austin. Esercizi Filosofici.
- Howells, J. (2002). "Tacit knowledge, innovation and economic geography". Urban Studies.
- Husserl, E. (1936). "Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie: Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie". Trad. it. La crisi delle scienze europee e la fenomenologia trascendentale: introduzione alla filosofia fenomenologica, Il Saggiatore, 1997
- Iris Network (2014). "Riformare l'impresa sociale per riformare il terzo settore". Rivista Impresa Sociale
- Leamer, E.E. and Storper, M. (2001). "The Economic Geography of the Internet Age". Journal of International Business Studies.
- Lester, R.K. and Piore, M.J. (2004). "Innovation, the missing dimension". Harvard University Press
- Malecki, E.J. and Moriset, B. (2008). "The Digital Economy: Business Organization, Production Processes and Regional Developments". Routledge.
- Maskell, P. and Malmberg, A. (1999). "The competitiveness of Firms and Regions: 'Ubiquitification' and the importance of Localized Learning". European Urban and Regional Studies.
- Moriset, B. (2013). "Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces". HAL Archives-Ouvertes.
- Nakaya, K. and Fujiki, Y. and Satani, K. (2012). "Coworking: Working as Partying". PAXi.
- Owen, C. (2007). "Design thinking: Notes on its nature and use". Design Research Quarterly.
- Pemberton-Billing, J. and Cooper, R. and Wootton, A.B. and North, A.N.W. (2003). Distributed Design Teams as Communities of Practice. Texen Design Management. 5th European Academy of Design Conference.
- Pestoff, V. and Brandsen, T. (2009). "Public Governance and the third sector: opportunities for co-production and innovation?". Radboud University Nijmegen.

- Sassen, S. (2002). "The Repositioning of Citizenship: Emergent Subjects and Spaces for Politics". Berkeley Journal of Sociology
- Sassen, S. (2005). "The Global City: Introducing a Concept". Brown Journal of World Affairs
- Searle, J.R. (1969). "Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language". Trad. it. Atti linguistici. Saggio di filosofia del linguaggio, Boringhieri, 1976
- Searle, J.R. (1998). "Mind, Language and Society. Philosophy in the Real World". Basic books trad. it. Mente, linguaggio, società. La filosofia nel mondo reale, Cortina, 2000
- Sennet, R. (2008). "The Craftsman". Yale University Press
- Sennet, R. (2012). "Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation". Yale University Press.
- Stempfle, J. and Badke-Schaube, P. (2002). Thinking in design teams—an analysis of team communication. Design Studies
- Venturi, P. and Zandonai, F. (2014). "L'impresa sociale in Italia. Identità e sviluppo in un quadro di riforma". Terzo Rapporto Iris Network.
- Wenger, E. (1995). "Communities of practice. Learning, meaning, and identity". Cambridge University Press.
- Wenger, E. and McDermott, R. and Synder, W. (2002). "Cultivating Communities of Practice". Harvard Business School Press.
- Zacklad, M. (2003). "Communities of action: a cognitive and social approach to the design of CSCW systems". Group '03.
- Zanoni, D. (2015). "E se il Black Bloc arriva in BlaBlaCar". <http://www.avanzi.org>