

## **Sapienza Università di Roma**

**Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale**

**Dottorato di Ricerca in Comunicazione Tecnologie Società**

**Ciclo XXVIII**

# **SMART PEOPLE / SMART CITIES. ICT, sostenibilità sociale e sviluppo urbano: un'analisi degli "Smart city users"**

***Dottoranda***

Stefania Pizza

***Tutor***

Prof.ssa Mihaela Gavrila

Prof. Nicolò Costa

Prof. Marco Binotto



*"Stupid is as stupid does"*

Forrest Gump, 1994

## Sommario

Introduzione .....	1
I PARTE - URBAN PLACES, ELECTRONIC SPACES AND HUMAN ACTIVITIES.....	5
2 LA CITTÀ VISIBILE.....	6
2.1 Immagini di città .....	6
2.1.1 La città-mondo.....	7
2.1.2 Citizenship, civicness e capitale sociale.....	9
2.1.3 Diritto alla città, partecipazione e governance .....	11
2.1.4 Lo spazio (post)moderno .....	17
2.1.5 Approcci sociologici alla città .....	19
3 LE CITTA' MOBILI .....	27
3.1 La città liquida.....	27
3.2 La città consumata .....	30
3.2.1 La città come oggetto semiotico .....	31
3.2.2 Il consumo della città.....	32
3.2.3 Morfologia sociale della città .....	35
3.2.4 Il consumo dello spazio urbano: i city user .....	41
3.2.5 Network e iperluoghi urbani .....	48
II PARTE - BEYOND THE DEFINITIONS OF SMART CITY: FINDING SMART PEOPLE.....	52
4 SMART CITY NEED SMART PEOPLE .....	53
4.1 CITY SMARTNESS.....	54
4.1.1 Una questione terminologica .....	55
4.1.2 (Un)Defining the Smart city .....	60
4.1.3 Beyond the Smart city definitions: una narrazione critica .....	77
4.1.4 Theorizing the Smart city.....	85
4.2 PEOPLE SMARTNESS .....	90
4.2.1 Smart People IDENTIKIT.....	93
4.2.2 Theorizing the Smart People .....	112
4.2.3 The perfect imperfection of Smart People.....	128
III PARTE - AN EVALUATION OF PEOPLE "SMARTNESS": RESEARCH DESIGN, METHODS AND PERSPECTIVES.....	133
5 ALTERNATIVE STORIES: UNA PROSPETTIVA DI RICERCA.....	134
6 RESEARCH START UP: PROVE TECNICHE DI RICERCA EMPIRICA.....	137

6.1	Domanda di ricerca .....	137
6.2	Disegno della ricerca .....	138
6.2.1	Nota metodologica .....	141
7	“SMART IS AS SMART DOES” .....	144
7.1	Il campione: dati socio-anagrafici .....	144
7.2	Vite mobili .....	153
7.3	Technologies .....	158
7.4	Mobility .....	161
7.5	Partecipazione civile e politica e urban engagement .....	163
7.6	Consumo consapevole e collaborativo .....	164
7.7	Rilevazione degli atteggiamenti .....	165
7.8	Sharing economy .....	167
7.9	Sharing mobility .....	169
7.10	Smart city awarness .....	177
7.11	Smartness evaluation .....	180
8	FROM “SMART PEOPLE” TO “SMART CITY USER” .....	182
8.1	Research highlights .....	182
	Appendice .....	188
	Bibliografia .....	203

## Indice delle Figure

Figura 1 La metafora della città contemporanea (fonte Graham e Marvin, 2002).....	57
Figura 2 Evoluzione delle definizioni di Smart city .....	59
Figura 3 La relazione tra Iniziative, Progetti e Città.....	65
Figura 4 Dimensioni e fattori della Smart city (Giffinger et al., 2007).....	72
Figura 5 Smart city initiatives framework (Chourabi et all. 2012) .....	76
Figura 6 Le componenti dell'architettura di riferimento per le Smart Cities secondo Microsoft .....	97
Figura 7 Strategia per "Barcellona Smart City" .....	98
Figura 8 Lista di fattori e indicatori per la dimensione "Smart People" .....	99
Figura 9 Lista di indicatori per la dimensione "Smart Human Capital" .....	99
Figura 10 Caratteristiche del Consumo collaborativo .....	127
Figura 11 Fasi principali dello sviluppo della Sharing Economy .....	128
Figura 12 Prospettive per la ricerca sociale in ambito Smart City.....	135
Figura 13 Tipologie di mobilità condivisa .....	140
Figura 14 Ciclo di vita dei servizi all'interno della Sharing Economy.....	140

## Ringraziamenti

Quando si assume lo status di “dottorando” dopo i primi brevi istanti di entusiasmo, si è assaliti subito da un pensiero: «devo scrivere la tesi».

Solo successivamente capisci che quel pensiero sarà l'unica costante, l'unica certezza che non ti mollerà per un secondo negli anni seguenti: cambieranno i posti in cui abiti, le città in cui vivi, i volti di chi ami, cambierà quello che hai dentro e quello che sei fuori, eppure la tua tesi sarà sempre lì, ad aspettare di essere scritta.

Per questo motivo, per tutto quello che ricorda e rappresenta, per ogni conseguenza che ha generato, per tutti i giorni che gli appartengono, sono profondamente grata a chiunque mi abbia permesso in questi anni di portare avanti questo lavoro e vivere un'incredibile esperienza umana prima che accademica.

Innanzitutto ringrazio la pazienza, le indicazioni e i consigli dei miei tutor: la prof.ssa Mihaela Gavrilă, il prof. Nicolo' Costa e il prof. Marco Binotto, il loro supporto è stato fondamentale per dare forma a un progetto che era molto importante per me.

In ordine sparso grazie infinite:

allo User eXperience Lab di Digilab Sapienza, e soprattutto al Prof. Marinelli, a Emmanuel Mazzucchi e Christian Capuani, oltre che Silvia (special guest), che su ogni altra cosa mi hanno insegnato cosa significa essere un team;

a Casa Caneva, (Ally, Fra, Ci, Licia, Clara) dove tutto è cominciato e non finirà mai;

a Casa Bocchetti-Brambilla, dove questo percorso si è concluso grazie al supporto di Giacomo, Valeria e Antonella;

a Casa Dada, (Dada, Donata e Irene) una famiglia, un posto dove tutto è accaduto e continua ad accadere;

a Chiara, che ha sempre creduto in me e non mi ha fatto mollare mai;

a Alba e Roberta, tesiste per caso, un approdo sicuro da sempre;

a Eleonora, accanto a me a prescindere da ogni geolocalizzazione;

a Calamity Jane P. e Fiore, conoscerle è stato riconoscermi;

a Marta e a Francesca G., che non mi hanno mai fatto disperare che potessero mancarmi gioie nella vita;

a Vera, Marianna e tutte le mie girls adorate, supporter insostituibili;

a Fabio Corsini, amico prima che ogni altra cosa;

ai piccoli Sofia, Gabriel e Eugenio, i cui sorrisi sono una sintesi meravigliosa delle avventure condivise con le loro madri;

a Giovanna, Love, Annalisa, Cemi, Gerardo, Lidia, Moreno, Armandino, e a tutte le persone la cui presenza mi ha nutrito, insegnandomi ad avere sempre il coraggio di essere quella che sono.

Da ultimo, il ringraziamento più grande a Michel, Dora e Cristina, senza i quali niente è, e sarebbe stato, così meraviglioso.



WWW.PHDCOMICS.COM

This message brought to you by that manuscript you're supposed to be writing.

JORGE CHAM © 2014

## Introduzione



David Sandel High impact Smart Cities are %90 sociology and %10 infrastructure.

Consiglia



1

Vorrei introdurre il presente lavoro di ricerca con questo post estratto da LinkedIn, piattaforma di social networking per lo sviluppo di contatti professionali.

In pochi caratteri, con il linguaggio stringato e a volte efficace che ci hanno insegnato i tweet, esso indica uno dei motivi che hanno spinto questa riflessione sulle Smart City, portata avanti negli ultimi anni mentre il fenomeno stesso ha assunto una forma sempre nuova mentre lo osservavo: le Smart city ci riguardano, da sociologi abbiamo il “dovere” di osservare questo fenomeno nella sua ampiezza, per capirne le dinamiche e le derive, per far emergere una prospettiva che tenga conto dei processi sociali in atto e che sia in grado di valutare, interpretare e comprendere le implicazioni per la vita delle persone che questo modello di città ha o potrebbe avere.

Che vengano definite *Smart* o meno, una cosa è certa: la città è oggi, più di sempre, il luogo del cambiamento, della rivoluzione dell’abitare e del consumare, dei nuovi movimenti sociali urbani. Basti pensare al movimento *#occupy*, alle forme di autogestione degli spazi culturali (si pensi ai tanti spazi occupati come teatri, cinema, etc.), ai GAS (gruppi di acquisto solidale), alle iniziative dal basso di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità ambientale e mobilità sostenibile (es. *critical mass*), e a favore dell’interculturalità e accoglienza degli immigrati (basti citare l’esperienza di Baobab a Roma). La città è il luogo di *hackaton*, fiere ed eventi internazionali, invasa dai *maker* come dai *cosplayer*, in un flusso continuo di riappropriazione e risemantizzazione degli spazi, che vede nella condivisione di conoscenza e idee (ma anche di beni e servizi) uno dei suoi valori fondanti. Lo studio di questi fenomeni sociali deve interessarci, dobbiamo in qualche modo interpretarne le motivazioni e canalizzare queste spinte dal basso, coglierne le connessioni, affinché esse vengano incluse e integrate come fattore strategico in una nuova visione di città.

L’importanza di uno sguardo sociologico pervade questa ricerca:

- Nella prima parte ***Urban places, electronic spaces and human activities*** esso ci permette di comprendere la città per come si mostra oggi, ovvero nella sua

notevole e crescente complessità. Consente di passare in rassegna le caratteristiche degli organismi urbani per come essi si mostrano, luogo di contraddizioni e libertà, diritti e costrizioni. La città è il luogo della cittadinanza e di una nuova “abitanza precaria” vissuta in modo sempre più fluido tra gli spazi dei flussi e quelli dei luoghi.

- Nella seconda sezione del lavoro ***Beyond the definition of Smart city: finding Smart People*** si utilizzerà un approccio basato sull'importanza della centralità delle “persone” al fine di analizzare il concetto di Smart city per come si è prodotto nei discorsi istituzionali, corporativi e accademici. Inoltre sono stati utilizzati gli strumenti teoretici emersi nell'ambito delle scienze sociali per comprendere e teorizzare il fenomeno della Smart city e soprattutto per provare a definire chi sono le Smart People.
- Nell'ultima parte ***An Evaluation of people “smartness”: research design, methods and perspectives***, viene proposta una ricerca empirica che vuole porsi come base per ricerche future e nuove riflessioni metodologiche, ancora scarse nelle scienze sociali rispetto a questo fenomeno. Attraverso l'individuazione di un “servizio smart” (nello specifico: i servizi di *sharing mobility*) si è tentato di analizzare il profilo degli utilizzatori che abbiamo definito “persone smart” per distinguerle dalle Smart people, ovvero il modello ideologizzato e idealizzato proposto dalle istituzioni, dalle corporate e dall'accademia. Le evidenze della ricerca esplorativa condotta attraverso una web survey hanno confermato che è importante partire dalle pratiche per comprendere le dinamiche simboliche e comportamentali delle persone. E' emerso il profilo degli “**Smart city user**” nel tentativo di affrancare la visione delle persone che realmente hanno comportamenti smart dall'idealtipo di Smart people costruito a monte nelle narrazioni sulle Smart city.

La spinta conoscitiva di questa tesi, e probabilmente il suo obiettivo e merito scientifico principale, è stata proporre un focus sulle persone, nell'ambito di ricerca sulle Smart city. Dopo una disamina della letteratura scientifica prodotta sul tema il percorso si è fatto volutamente più esplorativo e ha condotto a:

1. Comprendere qual è il “modello”, il “progetto”, di persone (Smart people) che la visione urbana sottesa alla Smart city definisce o che vorrebbe contribuire a costruire (attraverso le *narrazioni* e le *attuazioni*, ovvero le iniziative

implementate);

2. Individuare, da una prospettiva teoretica, le diverse spinte culturali e i fenomeni sociali che stanno dietro all'idea di Smart people (così come emerge dai discorsi istituzionali, delle corporate e accademici);
3. Promuovere (cogliendone le opportunità e potenzialità, quanto la necessità) nuovi obiettivi di ricerca sociale in grado di:
  - a. Riabilitare la presenza delle persone (siano esse smart o meno) nella visione, nella costruzione identitaria, di un nuovo modello di città;
  - b. Proporre una prospettiva *human-centred* di progettazione dei servizi, che permetta di considerare gli effettivi bisogni delle persone e abbattere le barriere che creano esclusione;
  - c. Analizzare le pratiche di azione urbana bottom-up (iniziative e progetti "smart" provenienti dai cittadini-abitanti), in modo da comprenderne l'universo di valori a cui fanno riferimento i "comportamenti sostenibili";

*Ma ha senso parlare di Smart city?*

La maggior parte dei problemi urbani sono sociali, come la povertà, le discriminazioni, la disuguaglianza, il crimine e la marginalità, problematiche molto spesso esacerbate da certe strategie politiche ed economiche. Una risoluzione di questi tratti critici non sembra poter provenire solamente dall'implementazioni di soluzioni tecnologiche, anche le più innovative e sofisticate.

Il modello "Smart city" si pone come risposta a questa complessità e a questi problemi, ma, come si è già sottolineato, finisce per non risolverli ma con il perpetuare (sebbene in forme diverse), disuguaglianze e disparità. La mancanza di interesse, da parte delle istituzioni, nell'includere effettivamente i cittadini in un processo decisionale davvero democratico, e l'assenza di un loro reale coinvolgimento, partecipazione e controllo negli *Smart city project*, ha portato ad aspre critiche al modello Smart city (Holland, 2015). I limiti della smartness, così come intesa nel discorso sulle smart city, come abbiamo visto sono proiettati di riflesso sulle Smart People.

È possibile considerare un'alternativa, ovvero un nuovo modo di pensare la "smartness" (sia in riferimento alla città che alle persone) oltre alle forme che sono emerse fino ad oggi?

Una narrazione alternativa è possibile se si è pronti a dare voce ai discorsi delle persone che le città le abitano, le vivono, le consumano, ne rimescolano le dimensioni simboliche e spaziali attraverso le loro pratiche quotidiane.

Bisogna ripartire dalle pratiche, dai progetti, dagli esperimenti di successo o innescati da iniziative dal basso, per capirne le logiche e creare un discorso alternativo a quelli portati avanti finora dalle istituzioni, dalle corporation e dal mondo accademico. Questa operazione è possibile all'interno stesso del "paradigma" Smart city una volta che si sono comprese le sue dinamiche economiche, politiche e di potere, ma anche le sue potenzialità.

*Qual è, dunque, il vero valore del concetto di Smart city?*

La sua vera portata innovativa, ci verrebbe da dire, è che essa non è affatto una novità: la visione che disegna non è stata introdotta ex abrupto da chi l'ha progettata e/o definita. Quello che è paradigmatico nella Smart city è la capacità di aggregare, riorganizzare, mettere a sistema, riunire, risemantizzare e far incontrare/scontrare concetti e paradigmi preesistenti (Marciano, 2015).

Ogni tipo di narrazione prodotta sulla smart city, sia essa istituzionale, corporativa, accademica o critica, evidenzia il bisogno, se non la necessità, di un nuovo paradigma urbano alla luce di alcuni processi in atto: l'aumento della popolazione nelle aree urbane, l'eccessivo sfruttamento delle risorse ambientali, l'aumento delle diseguaglianze sociali.

Di sicuro i *driver* del cambiamento sono le persone: con le loro scelte politiche, di consumo, di mobilità, di stili di vita.

Una delle frasi che ho ascoltato e letto più frequentemente in questi anni è "Le Smart City le fanno le Smart People", oppure "Non ci sono Smart City senza Smart Citizen"; il tentativo di questa ricerca è di affermare in modo più consapevole che è ora di partire dalle persone, di capire chi sono coloro che cambieranno, o forse stanno già cambiando, il volto delle città.

La domanda di questa ricerca è, e forse resta: chi sono le Smart people?

***I PARTE - URBAN PLACES, ELECTRONIC  
SPACES AND HUMAN ACTIVITIES***

# 1 LA CITTÀ VISIBILE

- Anche le città credono d'essere opera della mente o del caso, ma né l'una né l'altro bastano a tener su le loro mura. D'una città non godi le sette o settantasette meraviglie, ma la risposta che dà a una tua domanda. (Marco Polo)

- O la domanda che ti pone obbligandoti a rispondere, come Tebe per bocca della Sfinge. (Kublai Khan)

Calvino I., *Le città invisibili*, Einaudi, Torino, 1972

## 1.1 Immagini di città

Se si vuole porre fin da subito la domanda da cui partono le riflessioni che guidano la stesura di questa ricerca, ovvero chiederci fin da ora “Cos’è una città?”, potremmo pervenire alla risposta in due modi diversi e complementari. Si potrebbe innanzitutto ascoltare la risposta che la stessa città darebbe alle nostre domande.

Ma se, al contrario, quella identica domanda provenisse proprio dalla città stessa? Se fosse questa, la città, ad obbligarci a una risposta, allora è nostro compito cercare di trovare la migliore risposta possibile.

Da un lato, potremmo dire, ci sono le *immagini*, quello che la città mostra di sé, quello che è osservabile, la dimensione urbana dello spazio e del tempo che la città ha vissuto e vive; dall’altra ci sono le città *immaginate* da chi risponde alla domanda “cos’è una città?": le rappresentazioni simboliche di chi la abita, o meglio la consuma, di chi la progetta, la definisce, di chi la sogna; ci sono gli spazi invisibili, ma affollati, dei flussi informativi, delle reti sociali; gli impianti teorici costruiti per interpretarne i cambiamenti, le forme, gli spazi urbani e sociali, le economie, i conflitti, le espressioni culturali, da una prospettiva storico-geografica, antropologica, sociologica, urbanistico-architettonica, etc.

A proposito del suo libro “Le città invisibili”, in una conferenza tenuta il 29 Marzo 1983 alla Columbia University di New York, Calvino afferma:

«Che cosa è oggi la città, per noi? Penso d’aver scritto qualcosa come un ultimo poema d’amore alle città, nel momento in cui diventa sempre più difficile viverle come città. Forse stiamo

*avvicinandoci a un momento di crisi della vita urbana, e "Le città invisibili" sono un sogno che nasce dal cuore delle città invivibili. Quello che sta a cuore al mio Marco Polo è scoprire le ragioni segrete che hanno portato gli uomini a vivere nelle città, ragioni che potranno valere al di là di tutte le crisi. Le città sono un insieme di tante cose: di memoria, di desideri, di segni d'un linguaggio; le città sono luoghi di scambio, come spiegano tutti i libri di storia dell'economia, ma questi scambi non sono soltanto scambi di merci, sono scambi di parole, di desideri, di ricordi. Il mio libro s'apre e chiude su immagini di città felici che continuamente prendono forma e svaniscono, nascoste nelle città infelici"»*

"Le città invisibili sono un sogno che nasce dal cuore delle città invivibili"; potremmo dire, ribaltando questa frase, che "le città visibili", al contrario, sono la *realtà* che sta nel cuore delle città invivibili; prive (solo apparentemente) della dimensione immaginifica, esse possono essere direttamente osservate e ascoltate per cogliere la risposta alla domanda su cosa sia davvero una città e risolverne la crisi economica, sociale, ambientale da cui è attanagliata.

Le città visibili parlano per bocca dei loro spazi urbani consumati e contaminati da chi li abita, e dei *non-luoghi* di cui sono disseminate; hanno il tono della protesta di piazza, e il grido di chi chiede giustizia sociale, ma sono anche la voce del bambino al parco e quello della pensionata alle poste, del colletto bianco che sbuffa sulla metro affollata; visibili sono le città e il loro skyline, udibile è il loro rumore, insostenibile è l'inquinamento dell'aria, estenuante il loro attraversarle; maestosa, allo stesso tempo, è l'architettura che conserva la loro memoria, e la cultura incastrata tra i palazzi e i monumenti, e le subculture che si scontrano nelle periferie.

La città si nutre di se stessa, del rapporto di interdipendenza tra le sue immagini e l'immaginario, mescola le persone che ne fagocitano gli spazi, si mostra per poi venire ogni volta reinterpretata.

### **1.1.1 La città-mondo**

Il sociologo urbano Louis Wirth (1897-1952) ha fornito una definizione semplice e chiara di città: è un insediamento relativamente vasto, denso e duraturo di persone socialmente eterogenee.

Oggi, quello che delle città contemporanee ci è visibile è uguale al riflesso del mondo intero che si specchia su un territorio delimitato (ma dai confini sfumati): bisogni, conflitti, sogni,

desideri, consumi, servizi, gerarchie sociali, crisi economiche, ordine politico, emergenze umanitarie; la città “è una totalità, una realtà poliedrica ricca di sfaccettature<sup>1</sup>”, è un sistema sociale globale, completo in ogni sua parte così come lo sono i macrosistemi.

Già negli anni '60 il sociologo e urbanista Lewis Mumford citava "Ieri la città era un mondo, oggi il mondo è diventato una città". È così che, la città contemporanea, o meglio la metropoli (così come si è venuta delineando con il processo di forte accelerazione dell'urbanesimo avvenuta intorno al XX secolo), è divenuta una *cosmopoli*, una città-mondo in un doppio significato del termine: “in senso estensivo, il mondo sviluppato si *urbanizza*, assume in modo generalizzato le caratteristiche della città (...), in senso intensivo, la città riflette il mondo, in quanto ne riproduce al loro interno la molteplicità e le contraddizioni. Il mondo, in qualche misura, assomiglia a una grande città; ma le grandi città sempre più assomigliano al mondo intero<sup>2</sup>”.

Il mondo si è fatto metropoli (la metropoli dopo) dunque, trasferendo in essa tutte le sue istanze.

Ed ecco che la condizione urbana della metropoli “assurge a scena prima della *globalizzazione*<sup>3</sup>”: l'economia planetaria scavalca i localismi e la governance territoriale, e modella le città, plasmandone i processi economici, politici, sociali. La delocalizzazione dell'attività economica, la presenza delle multinazionali che regolano i mercati, i consumi, destrutturano e si appropriano di spazi urbani (shopping mall, catene fast food, skyline, etc), ma anche il nuovo ordine mediatico, lo sviluppo di nuovi mezzi e tecnologie della comunicazione, fanno sì che le sorti della città siano determinate sempre più da trend globali e diventino esse stesse nodi di una rete globale.

Sono le *città globali*<sup>4</sup>, città che giocano un ruolo sempre più importante nell'economia e nella scacchiera politica globale, che tendono a sfuggire al controllo degli stati nazionali e rappresentano gli hub di una rete economica e finanziaria che li scavalca. Esse sono il luogo della concentrazione dei nuovi poteri direzionali, ma anche centri in cui si producono nuove disuguaglianze e al cui interno si disegnano linee di conflitto; il terreno di crescita di nuove élites e aree in cui si concentrano miseria e sfruttamento, in cui si sedimenta lo

---

<sup>1</sup> Mela A., *Sociologia delle città*, Carocci, Roma, 2006, pag. 17

<sup>2</sup> Idem pag. 53

<sup>3</sup> Ciorra P., Mastrigli G. (a cura di), *La metropoli dopo*, Meltemi, Roma, 2002, pag. 12.

<sup>4</sup> Cfr Sassen S., *The Global City: New York, London, Tokyo* (Princeton University Press, Princeton, 1991), tradotto in Italia con il titolo *Città globali*, Utet, Torino, 1997.

squilibrio rurale-urbano, e si manifestano: la deportazione dei migranti verso la periferia dei grandi agglomerati, l'esplosione urbana, lo sviluppo insostenibile, la crescita delle ineguaglianze<sup>5</sup>.

Dall'altra parte però le metropoli reclama la propria "biodiversità urbanistica e architettonica<sup>6</sup>", rivendica il suo rapporto esclusivo con la propria memoria, i luoghi, la storia, le culture, stabilisce un contatto unico con gli occhi (che la scrutano), il desiderio, e con il proprio cielo. In fondo:

*«La metropoli è anche il palcoscenico dove non si rappresenta solo il dramma dello squilibrio violento, del consumo coatto, ma anche la ribalta per la ricerca dell'antidoto allo spaesamento. È nelle città che vengono a visibilità le rivolte, i nuovi equilibri. Donne e uomini che accolgono la sfida della metropoli che mette alla prova il destino storico della città, vale a dire quelli di essere un luogo capace di rendere efficaci al massimo l'incontro e lo scambio di esseri umani<sup>7</sup>».*

Infatti se da un lato la globalizzazione mette in moto un processo di omogeneizzazione planetaria, dall'altro dispiega una rivalutazione dell'autenticità dei luoghi, dando spazio a una "social (re)construction of places<sup>8</sup>".

### **1.1.2 Citizenship, civiness e capitale sociale**

Al di là di tutte le spinte esterne, dei flussi economici e culturali globali, c'è una forza che proviene dall'interno della città stessa, è la forza (o debolezza) dell'appartenenza e dell'identità; essa è indicata con due termini che hanno due diverse sfumature: *civiness* e *citizenship*.

Si può tradurre il primo con senso civico, rispetto delle regole, educazione alla convivenza urbana e acquisizione di conoscenze sull'ordinamento della società democratica e civile, il secondo, *citizenship*, invece, ha a che fare con la cittadinanza, l'appartenenza civica, l'identità e la valorialità.

Dentro all'idea di *cittadinanza*, dunque, stanno sia la conoscenza e la pratica dell'insieme di convenzioni, leggi, regole che caratterizzano una determinata comunità civile, sia il

---

<sup>5</sup> Petrillo. A., *La città perduta. L'eclissi della dimensione urbana nel mondo contemporaneo*, Edizioni Dedalo, Bari, 2000.

<sup>6</sup> Op. cit. *La metropoli dopo*, pag 12

<sup>7</sup> Idem, pag. 21.

<sup>8</sup> Martinotti G., *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino, 1993, pag.174.

riconoscersi in qualche modo parte del sistema di valori, cultura, tradizioni prodotto storicamente dalla comunità stessa. E la città, intesa come *civitas*, diviene tanto un luogo nel quale si sperimenta la *civicness*, quanto uno spazio pubblico, luogo d'incontro tra individui e norme e tra individui e *citizenship (il vuoto al centro)*. Ma la città intesa anche uno spazio metaforico, diventando ambiente di sperimentazione di relazioni, di pratiche e di confronti tra individui con l'obiettivo di costruire una memoria e un logos collettivo.

Il concetto di *civicness* ripreso da Putnam (1993), e riferito al processo di cooperazione dei cittadini volta al raggiungimento del bene comune (al di là di atteggiamenti particolaristici), si collega a quello di *Capitale sociale* inteso come l'insieme di quegli aspetti della vita sociale che, permettendo agli individui di agire insieme in modo più efficace per il raggiungimento di obiettivi condivisi, incrementano l'efficienza della società.

I teorizzatori che hanno sviluppato il concetto di capitale sociale sono Pierre Bourdieu, James Coleman e Robert Putnam tra la fine degli anni 80' e gli inizi degli anni '90, ovvero nel periodo di forti rivoluzioni tecnologiche e sociali. Bourdieu la cui opera si può inscrivere nel quadro degli studi di matrice marxista, distingue tra quattro diversi tipi di capitale: a) Capitale economico (denaro, mezzi di produzione) b) Capitale sociale (reti sociali) c) Capitale culturale (lingue, gusto, *way of life*, etc.) d) Capitale simbolico (simboli di legittimazione). Per Bourdieu il capitale sociale è l'aggregato delle risorse reali o potenziali che sono collegate al possesso di una rete durevole di relazioni, più o meno istituzionalizzate, di conoscenza reciproca e di riconoscimento (Bourdieu 1983). Il possesso di capitale sociale non è necessariamente gestito accanto a quello del capitale economico, ma è, a suo avviso, un attributo dell'élite, un mezzo che contribuisce a rafforzare e riprodurre le disuguaglianze sociali in quanto tale forma di capitale non è data tanto dalle relazioni, ma dalle risorse che si ottengono dalle relazioni; un meccanismo che perpetua il "vantaggio sociale", il potere economico-politico delle élite.

Il contributo di James Coleman allo sviluppo del concetto di capitale sociale è stato quello di attribuirne il possesso anche alle classi non-élite, estendendolo agli appartenenti di comunità emarginate o della classe operaia.

Anche Coleman (1990) dà una definizione strumentale di capitale sociale, ben distinto dal capitale fisico (beni materiali o monetari) e dal capitale umano (capacità e abilità acquisite dagli individui nel tempo) ma che consistono in "relazioni sociali che hanno una certa persistenza nel tempo e che gli individui in parte possiedono ascrittivamente (relazioni

parentali o di ceto), in parte costruiscono attivamente nel corso della loro vita (amicizie o conoscenze maturate nelle varie cerchie in cui l'individuo è transitato)<sup>9</sup>". Secondo il sociologo, la nozione di "sociale" fa riferimento a "relazioni tra persone", mentre il concetto di "capitale" implica che le relazioni interpersonali costituiscono risorse con conseguenze economiche.

Per Robert Putnam il capitale sociale è una variabile in grado di favorire lo sviluppo politico ed economico di un sistema sociale, perché facilita l'identificazione di identità ed interessi individuali con quelli della comunità di appartenenza.

Sulla base, inizialmente, di uno studio dettagliato delle istituzioni politiche italiane<sup>10</sup> ha sostenuto l'importanza del capitale sociale e della qualità della vita civile per la crescita della società democratica

*«Whereas physical capital refers to physical objects and human capital refers to the properties of individuals, social capital refers to connections among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them. In that sense social capital is closely related to what some have called "civic virtue." The difference is that "social capital" calls attention to the fact that civic virtue is most powerful when embedded in a sense network of reciprocal social relations. A society of many virtuous but isolated individuals is not necessarily rich in social capital<sup>11</sup>».*

Il capitale sociale teorizzato da Coleman (1990) e la civicsness di cui parla Putnam (1993) sono concetti che tentano di esprimere la componente culturale e interattiva che, in modi diversi, può influenzare la costruzione sia di un'identità definita, sia la produzione condivisa di strategie e di strutture economiche e politiche centrate sulla società locale<sup>12</sup>.

### **1.1.3 Diritto alla città, partecipazione e governance**

Lo spazio urbano, per la sua componente strutturale fisica, e per quella simbolica, nonché per la sua rilevanza nei processi sociali, è stato al centro dell'interesse sociologico, geografico, urbanistico, sia in qualità di teatro dei conflitti sociali per la sua appropriazione

---

<sup>9</sup> Borelli G., *Immagini di città. Processi spaziali e interpretazioni sociologiche*, Bruno Mondadori, Milano, 2012, pag. 49.

<sup>10</sup> Putnam R., *La tradizione civica nelle Regioni italiane*, A. Mondadori, Milano, 1993.

<sup>11</sup> Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, 2000

<sup>12</sup> Op. cit. Borelli G., *Immagini di città*.

(sia essa simbolica o fisica), quanto per la messa in atto di pratiche collaborative per una costruzione cooperativa dei luoghi.

Lo spazio urbano della società industriale, in ottica marxista, riproduce le disuguaglianze e le differenze di classe messe in atto dal sistema capitalistico. Da una parte c'è l'omogeneizzazione, ovvero l'incessante tentativo, da parte del potere (istituzionale ed economico), di sfruttare lo spazio per ridurre le differenze per ricondurle sotto il proprio controllo, sia come garanzia di sorveglianza, sia come assicurazione delle condizioni che permettono la riproduzione dei rapporti di dominio; dall'altra parte c'è la segregazione come esito dell'azione (a livello tanto sociale quanto spaziale) degli interessi privati del capitalismo.

Ad operare un'analisi dello spazio urbano capitalista e ad indicare le forme e i modi per realizzarne il superamento, sarà il filosofo marxista Henri Lefebvre. Durante la fine degli anni '60, periodo di lotte e rivendicazioni sociali, il filosofo francese elabora e introduce il concetto di **diritto alla città** inteso come diritto universale a prendere parte alla vita urbana nella propria pienezza. Il tentativo è quello di individuare la necessità che tutti gli uomini siano coinvolti in un percorso collettivo di crescita civile e sociale radicato su scala urbana, un percorso che non deve rimanere confinato alla sfera sociale ma avere un suo corrispettivo nella trasformazione dello spazio fisico della città. Il diritto alla città è una pratica attraverso la quale sovvertire l'ordine del potere decisionale, decentrandolo dallo spazio di azione del potere totalitario statale e conducendolo verso una produzione democratica dello spazio sociale: lo spazio diventa così una manifestazione materiale delle relazioni sociali.

Il diritto alla città, per Lefebvre, porta con sé due principali diritti per i cittadini: il *diritto alla partecipazione* e il *diritto all'appropriazione*<sup>13</sup>. Il primo deve abilitare i cittadini ad avere un ruolo centrale in tutte le decisioni che contribuiscono alla produzione di spazio. Il secondo, invece, sostiene che una delle prerogative degli abitanti è quella di poter godere del libero accesso di occupare e di fruire dello spazio urbano secondo i loro bisogni. Il filosofo si spinge fino a teorizzare la necessità, qualora ce ne fosse bisogno per i cittadini, di una *produzione dello spazio*. Negli stessi anni in cui Michel Foucault scrive *Sorvegliare e punire* (1975) da cui possiamo far emergere l'idea di una *società pan-ottica* che attua una

---

<sup>13</sup> Idem pag. 67

sorveglianza strutturale (più che costante) sullo spazio, dando avvio a un processo di interiorizzazione del controllo, Henri Lefebvre pubblica *La production de l'espace* (1974) riorganizzando lo spazio come espressione del potere sociale, presentando il concetto di *diritto all'opera*, inteso come la capacità della società urbana di partecipare alla costruzione della città e di fruirne in modo attivo. La città-opera è una città in cui lo spazio è sottratto alla subordinazione al mercato e al profitto; essa genera un'affezione collettiva all'urbano, un senso comune di appartenenza civica.

Introdurre il concetto lefebvrino di *diritto alla città* ci conduce, in senso più ampio, al discorso intorno alla **partecipazione** dei cittadini in rapporto all'organizzazione degli spazi urbani.

Le modalità di interazione tra gli attori istituzionali e quelli sociali individuali o collettivi, per l'approdo a scelte partecipate, si delinea secondo diverse dimensioni<sup>14</sup>:

- *Comunicazione*: alla base dell'attività comunicativa pubblica sta l'informazione e la situazione tipica è quella in cui il trasmittente è l'amministrazione o un soggetto a essa delegato, il ricevente è il cittadino

I messaggi comunicati hanno principalmente come oggetto la presenza e localizzazione di servizi pubblici locali, processi di trasformazione urbana. Per quanto si possa rendere interattiva, e utilizzata sia come forma emissione che di recepimento dei messaggi, l'attività comunicativa sembra avere la connotazione dell'unidirezionalità. Essa inoltre ha il limite tipico dei processi comunicativi, ovvero il messaggio non può essere realmente accessibile e compreso da chiunque, per questo occorre abbattere di accesso valutando parametri come la lingua, il livello culturale, la possibilità di accesso a Internet etc., e declinare lo stesso messaggio per la molteplicità dei target.

- *Animazione*: una tipologia di intervento sociale che mobilita le risorse identitarie degli individui attraverso la costruzione di eventi che mirino a promuovere la vivacità territoriale locale. In merito alla trasformazione spaziale della città, essa si declina in alcuni filoni principali: animazione socioculturale (volontariato sociale messo in atto da associazioni ed enti); animazione socio educativa (in cui prevale l'intento pedagogico e confluiscono le iniziative pubbliche e del privato sociale); animazione sociopolitica (di ispirazione partitica e sindacale); animazione commerciale (iniziative di quartiere sponsorizzate dai

---

<sup>14</sup> Ciaffi D., Mela A., *La partecipazione*, Carocci, Roma, 2006

commercianti, anche per fini commerciali); l'animazione legata ai lavori di riqualificazione fisica del quartiere.

- *Consultazione*: attraverso diverse tecniche (come il sondaggio di opinione, i focus group etc.) si indagano i servizi, i target di fruitori, in merito al loro funzionamento, all'organizzazione degli spazi pubblici, alla percezione della sicurezza etc. La finalità è quella di operare un'indagine delle domande latenti, per quanto riguarda soprattutto i soggetti deboli, e delle esplicite richieste dei soggetti forti, attraverso tavoli di lavoro e concertazione. Ciò consente di calibrare la spesa pubblica e incontrare le domande e i bisogni degli attori sociali coinvolti.

- *Progettazione partecipata*: l'analisi dei problemi e l'elaborazione di soluzioni sono definiti congiuntamente dai vari attori. Le decisioni per la loro realizzazione sono di tipo multilivello in base a competenze, risorse e responsabilità: alcune da parte dell'ente promotore, altre da parte dei singoli attori che hanno partecipato, altre in partnership.

- *Empowerment*: rimanda alla serie di attività formative che mettono la popolazione in grado di responsabilizzarsi su alcune questioni, e di potenziare i poteri di rappresentanza e della capacità di fare dei cittadini. Esso racchiude quattro concetti: potere, partecipazione, autostima e desiderio. Questo processo non si sovrappone agli attori istituzionali, si coordina con essi.

La partecipazione alle scelte che riorganizzano la città non è di certo scontata, né da parte delle istituzioni legittimamente, insignite del ruolo strategico di pianificazione territoriale (le quali hanno la facoltà di abilitare o meno l'attività di co-creazione urbana); né da parte dei cittadini che possono interagire con diverse modalità con chi ha la responsabilità politica delle scelte che riguardano la città:

- impegno civico (associazioni, movimenti, etc.);
- rifiuto della partecipazione (passività, mancanza di fiducia nel sistema politico, inadeguatezza etc.);
- risposta radicale (protesta contro il sistema).

Si devono, inoltre, definire gli spazi di promozione della partecipazione nel contesto urbano. Utilizzando un modello di cerchi concentrici si possono definire tre aree, o spazi, o

nicchie ecologiche<sup>15</sup>, sottolineando che il parametro della “prossimità” non è delineato fisicamente, ma dalla percezione degli spazi stessi da parte dell’individuo (e dei gruppi):

- 1 Nicchia ecologica più interna (*spazi privati*, vita intima dell’individuo),
- 2 Nicchia ecologica intermedia (*spazi pubblici locali*, luoghi pubblici percepiti come familiari)
- 3 Nicchia ecologica più esterna (*spazi pubblici sovra-locali*, luoghi pubblici che il cittadino può conoscere bene, marginalmente oppure ignorare – ad es. luoghi in cui risiedono i servizi pubblici)

Nell’azione partecipativa, evidentemente, i protagonisti sono gli attori sociali, siano essi soggetti collettivi o di tipo individuale. È un’operazione non del tutto semplice quella di individuare i *soggetti della partecipazione*, ovvero chi deve essere riconosciuto come titolare del diritto-dovere di essere coinvolto in decisioni di rilevanza pubblica. Come vedremo di seguito spesso tale diritto è stato previsto dall’attività del legislatore sia a livello locale che sovranazionale, e incardinato nelle normative che prescrivono le modalità della partecipazione. Oltre la garanzia della rappresentatività data dal voto, o dalle pratiche di democrazia diretta come i referendum, gli strumenti della partecipazione possono essere in un primo momento ricondotti alle abilitazioni normative previste dalle leggi, che possono prevedere forme di partecipazione organica, con l’immissione di rappresentanze sociali in organi amministrativi, e/o partecipazione nel procedimento amministrativo, in cui la partecipazione si limita a titolari, individuali e collettivi, portatori di interessi già specificati e protetti dall’ordinamento.

Vi è poi un tipo di *partecipazione in senso proprio e stretto*, o partecipazione popolare e democratica *tout court*, si tratta di dispositivi di intervento diretto dei cittadini nelle attività decisionali delle istituzioni pubbliche. Un intervento che agisce sulla base di un riconoscimento reciproco tra cittadini e istituzioni, e legittima i singoli cittadini in quanto tali (cittadini “ordinari”), eventualmente anche riuniti in forma associativa, ad agire nell’ambito di procedure pubbliche con la capacità di esprimersi per via di argomentazioni e con l’obiettivo di rendere possibile una influenza effettiva sulle decisioni finali.

Il limite a questo tipo di forme partecipative alla costruzione urbana, sia essa spaziale e al contempo sociale, è che esse possono essere messe in atto, molto spesso, solo per

---

<sup>15</sup> Idem pag. 76

mezzo di soggetti individuali o collettivi istituzionalmente e legalmente riconosciuti, come i cittadini o le associazioni (o partiti etc.).

La necessità partecipativa, che nasce dall'ibridazione del consumo dello spazio urbano, e dalle spinte di soggetti portatori di istanze ma non necessariamente possessori di uno specifico status giuridico (come ad esempio lo status di "cittadino" e/o "residente"), deve trovare spazio e dare vita a nuove forme partecipative che siano innovative, che inglobino nel loro orizzonte di azione soggetti non appartenenti strettamente alla città, modalità partecipative appropriate ed ampliate grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie.

Occorre, inoltre, tener presente il processo di frammentazione a cui sono andati in contro i grandi aggregati sociali; venuta meno la forza propulsiva degli organi collettivi (sindacati, partiti politici), si è determinata sempre più una centralità dell'individuo, facendo emergere una rete di soggetti interagenti tenuta insieme dalla "forza dei legami deboli" (Mark Granovetter, *The Strength of Weak Ties*, 1973). La forza dei legami deboli fa perno sull'efficacia dei contatti personali riconducibili a semplici "conoscenze", nel trasmettere informazioni tra persone provenienti da ambienti differenti; gli attori sociali non sono più accumulati per classe sociale o livello culturale, ma da interessi condivisi, e hanno molteplici legami effettivi, o anche solo potenziali con altri attori.

Il processo partecipativo contribuisce alla formazione di una (nuova) **Governance** locale, che è da intendersi non come il potere politico gerarchicamente strutturato che persegue l'ordine sociale, ma come l'attività di coordinamento dell'azione di diversi soggetti, istituzionali e non istituzionali, messa in atto in modo multilaterale dagli stessi soggetti interessati e orientata da una visione condivisa del futuro. Quindi il concetto di *Governance* è inteso non come un modello di command-and-control da parte della politica, ma come un processo di mobilitazione dei gruppi sociali, delle istituzioni, degli attori pubblici e privati che, attraverso l'interazione, costruiscono coalizioni ed elaborano progetti collettivi, allo scopo di adattarsi e di resistere alle trasformazioni economiche, ambientali e sociali.

In una prospettiva amministrativa che abbia una struttura orizzontale, fondamentali sono i *network* che si consolidano tra una varietà di attori diversi (segmenti della Pubblica Amministrazione, interessi organizzati, imprese, attori nonprofit, ecc.) attorno ad un ambito di policy o anche semplicemente ad una questione specifica. Le reti possono differenziarsi, oltre che per l'ampiezza delle tematiche, anche per il grado di coesione e

stabilità, e si caratterizzano per un forte grado di auto-regolazione e di autonomia rispetto agli obiettivi e al controllo dell'autorità pubblica.

Il processo di governance, per l'attuazione del superamento della logica gerarchica e per l'introduzione della pratica della concertazione, si presenta come un nuovo modello di governo caratterizzato da un maggiore livello di cooperazione tra gli attori.

Le città non sono necessariamente in grado di attivare meccanismi di governance, ma perché ciò avvenga devono essere soddisfatte delle condizioni: sistema di decisione collettiva, interessi comuni e percepiti come tali, meccanismi di integrazione, la capacità di innovazione (libro biblio consultato)

Concludendo si può da queste considerazioni e questi concetti che si deve partire per arrivare ad un altro asset fondamentale della città contemporanea: il **Public Engagement**, il quale si riferisce principalmente al "coinvolgimento del cittadino nella programmazione, nelle decisioni, nella definizione delle politiche di organizzazioni e istituzioni responsabili per lo sviluppo delle policy" (Rowe e Frewer, 2005).

#### **1.1.4 Lo spazio (post)moderno**

La città nasce nella riflessione sociologica con il nascere della riflessione sociologica stessa. Questa nuova scienza sociale, la sociologia appunto, si trova davanti alla necessità di riconoscere le nuove forme spaziali e socio-culturali formate in seno alla società industriale moderna, e, conseguentemente, a ripensare la nuova società moderna in rapporto alla società tradizionale; "lo stesso discorso vale per la città: è proprio per il fatto che la città industriale si manifesti sin dall'inizio come un fenomeno dotato di una novità dirompente che fa sì che essa assuma un valore così fortemente emblematico nella riflessione sociologica (oltre che nella letteratura e nelle arti figurative) tra il XIX e il XX secolo<sup>16</sup>".

Il progetto della modernità nasce con gli illuministi, in un periodo collocabile tra l'epoca rinascimentale e la Rivoluzione francese (1780-1830). A partire dalle rivoluzioni industriali e dall'organizzazione scientifica del lavoro (che si cristallizzerà nel modello taylorista e troverà attuazione con l'organizzazione industriale fordista), si ha una propulsione dell'economia capitalistica e una conseguente organizzazione sociale, ma anche temporale e spaziale-urbana, in ottica capitalistica. Prende il via un processo di urbanizzazione che

---

<sup>16</sup> Op. cit. Borelli G., Immagini di città, pag VIII.

porterà a far confluire sempre più forza lavoro nelle città industrializzate: la produzione in serie e la nascita di un mercato dei consumi di massa, la perdita delle tradizioni rituali legate alla dimensione comunitaria rurale, unite allo sviluppo e alla diffusione, sul finire del XIX secolo, di nuovi mezzi di comunicazione, fanno emergere un tipo di società caratterizzata da un significativo ruolo delle masse nello svolgimento della vita politica e sociale, ma anche da una loro crescente omologazione, perdita di autonomia individuale, atomizzazione, conformismo, facilità di manipolazione ed etero direzione; sarà l'avvento della società di massa. Nei grandi centri urbani del XIX secolo si ridefiniscono i rapporti tra spazio urbano e luoghi simbolici e si sperimentano nuove modalità di interazione con la città, e tra la città e l'immaginario.

La città è il luogo dove la modernità, nelle sue manifestazioni più estreme e paradossali, si è manifestata in maniera evidente e meglio si è lasciata cogliere da un punto di vista sociologico.

La metropoli moderna è percorsa da imponenti trasformazioni del paesaggio urbano come la nascita dei *boulevards*, la diffusione delle strutture architettoniche in ferro e vetro destinate al consumo (come i *passages* e i grandi magazzini) o al transito (le stazioni ferroviarie); rivoluzioni nel campo dell'estetica, della cultura e del costume grazie alla diffusione della moda, della pubblicità e dei giornali quotidiani; profondi mutamenti della percezione dello spazio e del tempo a seguito delle grandi innovazioni tecniche come la ferrovia, l'illuminazione artificiale, la radio, il telefono, la fotografia, il cinema, che portano a una valorizzazione del visibile, dell'immagine intesa come fantasmagoria (l'esposizione delle merci nelle vetrine, lo spettacolo delle Esposizioni universali). Nella metropoli i vecchi legami vengono recisi, crescono i contatti interpersonali e casuali.

A porre l'attenzione sulla nuova "spettatorialità metropolitana" e ad individuare la città, o meglio la metropoli, come luogo privilegiato della modernità, la sua quintessenza, è stato il filosofo tedesco Georg Simmel (1858-1918). Il pensiero di Simmel riflette, toccando temi diversi, i problemi del suo tempo: l'industrializzazione, il fenomeno a essa connesso dell'urbanizzazione e del denaro come simbolo dell'epoca moderna<sup>17</sup>; e le conseguenze di questi processi sull'intensificazione della stimolazione nervosa per l'individuo metropolitano.

---

<sup>17</sup> Simmel G. *Filosofia del denaro*, 1900

Ne "*La metropoli e la vita mentale*"(1903) Simmel “coglie i fermenti della ormai matura modernità che si affacciava al XX secolo, conquistando e plasmando a suo modello lo spazio urbano, stravolgendone gli equilibri e imponendo nuovi tipi e nuove relazioni sociali<sup>18</sup>”. Ma ad essere stravolto, per il filosofo tedesco, è anche lo spazio psicologico e psichico: l’uomo diventa un piccolo ingranaggio rispetto all'enormità di tutto il sistema, ed inoltre nella metropoli riceve un ricco insieme di stimoli che evolvono e cambiano rapidamente, un susseguirsi di impressioni ed immagini che affollano la mente, per questi motivi è costretto ad aumentare la sua attività nervosa per adattarsi ai veloci cambiamenti “tra sensazioni esterne ed interne<sup>19</sup>”.

La metropoli, al contempo, è anche il luogo della società in cui, secondo Simmel, l'uomo gode della maggior libertà possibile. Libertà che deriva da quell'indifferenza e quel distacco verso l’altro che caratterizzano i rapporti interpersonali metropolitani. Purtroppo l'altra faccia di questa maggior libertà è che nella folla metropolitana ci si sente tanto soli e sperduti.

L’esperienza metropolitana è *l’esperienza moderna*: “la metropoli si rivela come l’arena tipica dove si esprimono le contraddizioni e le possibilità della libertà che l’individuo ha ottenuto nel mondo moderno. Essa diviene il *luogo della modernità*<sup>20</sup>”.

### **1.1.5 Approcci sociologici alla città**

La teoria sociologica classica mette al centro la città, una concezione di città che appartiene alla modernità. Essa ne registra, innanzitutto, le differenze con la tipologia di urbanizzazione pre-moderna, per poi individuarne le peculiarità. L’avvento della modernità è visto favorevolmente da Emile Durkheim in *The Division of Labour in Society* (1893) che lo legge in termini di una transizione del dominio di una solidarietà meccanica (in cui prevale l’omogeneità degli individui, cui non corrisponde un reale sviluppo della personalità) ad una solidarietà organica, fondata su una più articolata divisione sociale del lavoro: le moderne società industriali basate sulla solidarietà organica, si configurano agli occhi di Durkheim come tendenzialmente orientate ad un “perfetto accordo tra le parti della società” caratterizzate da una maggiore autonomia di ognuno dei membri.

---

<sup>18</sup>Op. cit. Borelli G. *Immagini di città*, pag. 95

<sup>19</sup> Simmel G., *La metropoli e la vita dello spirito*, 1903

<sup>20</sup> Op. cit. Borelli G. *Immagini di città*, pag. 95

Ovviamente la visione della modernità, e soprattutto della città, non è univoca, ma la sua immagine viene restituita diversamente a seconda dagli approcci sociologici che la interpretano.

Piuttosto che utilizzare, per le differenti visioni della città, le etichette lessicali che definiscono i vari approcci sociologici (ad es. ecologico, interazionista, conflittualista etc.), si possono prendere delle immagini metaforiche partendo dall'operazione di classificazione effettuata da Guido Borelli nel suo libro *Immagini di città*:

“La città come organismo”, “La città come gruppo regolativo dell'economia”, “La città come opera” e “La città come luogo della (post)modernità”.

#### **1.1.5.1 La città come organismo**

Questo tipo di visione è da attribuirsi agli studiosi della Scuola di Chicago che operò nel periodo compreso tra il 1915 e il 1940 come laboratorio sociologico per studiare il mutamento della società statunitense attraverso lo studio della società urbana. Il termine “organismo” è ripreso dal tipo di approccio noto come “ecologia umana” che, derivando dalle teorie evoluzioniste di Darwin (1859), pensa alla città come un “organismo spaziale” che interagisce con l'ambiente circostante e si trova ad avere rapporti competitivi o cooperativi interorganici al fine di stabilire un equilibrio sistemico.

L'ecologia umana è definibile come lo studio delle relazioni spazio-temporali degli esseri umani influenzati dalle forze selettive, distributive ed accomodative dell'ambiente; il suo postulato fondamentale è che l'adattamento all'ambiente, seppure attraverso le singole azioni individuali, è un fenomeno collettivo, che coinvolge tutti coloro che occupano una determinata area.

Simile agli ecosistemi, le città vedono un continuo mutare dei gruppi sul proprio territorio, e sono tre i principi che governano questo mutamento a livello socio-spaziale: competizione, invasione, successione.

Per gli studiosi della Scuola di Chicago (tra cui Robert Park, Ernest Burgess, Louis Wirth) la dimensione spaziale influenza le opportunità, i caratteri socio-economici e le personalità degli abitanti; un gruppo sociale specifico si adatta alla propria area nello stesso modo di una pianta o un animale al proprio ambiente naturale.

Uno dei limiti dell'approccio ecologico si rivela maggiormente interessato alle relazioni tra le persone e il loro ambiente, piuttosto che alle relazioni tra le persone stesse, finendo per non considerare altre forze che regolano la dimensione spaziale urbana.

Uno dei meriti della Scuola di Chicago è che i suoi ricercatori, nonostante le critiche cui furono soggetti, furono i primi ad elaborare un metodo di indagine sociale empirica nei confronti della città: diedero vita all'indagine sociologica "sul campo" utilizzando tecniche di ricerca etnografica.

### **1.1.5.2 La città come gruppo regolativo dell'economia**

Se si considera la città da una prospettiva che tenga in primo piano l'aspetto politico-economico rispetto agli altri (come la configurazione urbanistica, la composizione demografica, la stratificazione sociale), allora occorre fare riferimento alla visione weberiana della città. Il sociologo tedesco Max Weber (1864-1920), in *Economia e società* (1922) così la definisce: "La città è essenzialmente uno spazio economico, in quanto il luogo dominante del consumo, della produzione e del commercio. È in città che si concentrano le funzioni di controllo del sistema economico".

Secondo Max Weber, la città è uno stabile insediamento di mercato; egli evidenzia come la dimensione che caratterizza il contesto urbano sia proprio quella dello scambio economico, con tutte le conseguenze che ne derivano in ambito sociale e culturale. Nel comportamento dei cittadini, infatti, la logica del mercato favorisce la diffusione di azioni di tipo razionale rispetto ad uno scopo (quelle in cui il soggetto commisura razionalmente i mezzi più efficaci per il perseguimento dei propri fini), che hanno il sopravvento su forme di agire tradizionale o affettivo, caratteristiche delle società premoderne. Le moderne società urbanizzate appaiono a Weber connotate da un'organizzazione razionale, un'economia fondata sul mercato e sulla produzione industriale, secolarizzazione, burocratizzazione delle funzioni pubbliche.

Nel saggio *Die Stadt (La città)*, scritto tra il 1912 e il 1913, ma pubblicato postumo in una raccolta con il titolo "Il potere non legittimo (tipologia delle città)", Weber, attraverso un'analisi storico-geografica, individua dei modelli di città e ne fa un'analisi comparativa. La tipologia proposta è relativamente semplice perché essa si basa su una distinzione di *tipi economici di città*, perché per lo studioso tedesco è il modo di produrre o di procurare beni da scambiare sui mercati che condiziona lo sviluppo urbano. Si ha così la *città dei*

*produttori* nella quale l'incremento della popolazione (e del relativo potere di acquisto) dipende dalle industrie, che provvedono all'approvvigionamento dei residenti, e dai commercianti che importano beni di consumo dall'esterno. Nella *città dei consumatori*, le possibilità di guadagno dei produttori locali dipendono dai redditieri di varia natura che spendono in città le loro rendite<sup>21</sup>.

Per Weber inoltre, in alcuni periodi storici determinati, che egli chiamò *intermezzi storici*, la città riesce a conquistare una sua ampia autonomia politica ed economica rispetto al potere dello stato-nazione, per mezzo dei ceti che guidano lo sviluppo economico; in questo senso si manifesta il potere non legittimo. L'intermezzo storico delle città autonome è caratterizzato da un'intensa vivacità commerciale e culturale (il Rinascimento, ad esempio, fu il frutto di questo dinamismo).

Se la prospettiva weberiana, mettendo in primo piano la struttura del potere, invita a considerare le città moderne come dotate di una politica economica urbana relativamente autonoma dal potere accentrato dello stato, (basata sulle economie locali e/o su politiche collaborative di governance urbana), dall'altra parte concentra tutto il cambiamento urbano nelle mani delle élite politiche ed economiche, e sulla cittadinanza intesa in senso stretto.

### **1.1.5.3 La città come opera**

Con l'avvento dell'età moderna e del pensiero scientifico, nell'ottica marxista, si assiste alla genesi di uno spazio urbano funzionale alle esigenze di dominio del capitalismo (e delle tecnocrazie statali che gli sono asservite). Mentre l'ascesa della borghesia, nel pensiero weberiano, rappresenta un fattore determinante per le libertà democratiche, per gli studiosi di ispirazione marxista la città deve essere "deborghesizzata", sottratta alla classe che l'ha trasformata in una merce e restituita ai cittadini come opera.

La definizione di città come opera va intesa, nella terminologia di Henri Lefebvre, come dipendente dal suo solo *valore d'uso*, ossia dal suo consumarsi improduttivamente per la propria celebrazione e quella di tutta la sua cittadinanza. La città-opera è una città in cui lo spazio è sottratto alla sua subordinazione al mercato e al profitto, è un "luogo dove soddisfare i bisogni e le ambizioni non solo di prodotti materiali, ma di attività creative di

---

<sup>21</sup> Cfr Op. cit. Borelli G. *Immagini di città*.

immaginario e di gioco<sup>22</sup>". Ma il proletariato è escluso dalla città, espropriato del controllo sopra gli spazi della sua esistenza quotidiana, è escluso dalla costruzione dell'opera, e finisce col perdere il senso dell'opera di pari passo con l'assopirsi della propria capacità creatrice: "il ruolo di soggetto antagonista è sempre più l'abitante (con la sua lotta per la riappropriazione degli spazi alienati) che finisce per affiancarsi, se non per sostituirsi, al lavoratore (con la sua lotta di riappropriazione del tempo, venduto sotto forma di forza lavoro)<sup>23</sup>.

Anche per David Harvey l'ambiente è asservito alle logiche della produzione, la circolazione di capitale e il consumo, e le trasformazioni urbane sono la risposta alle periodiche crisi dei modi di produzione e non estinguono le lotte di classe né lo sviluppo ineguale. Gli spazi socialmente prodotti si fanno portatori dell'insieme delle contraddizioni tra "l'ordine lontano (ovvero il complesso delle ideologie e delle strutture di dominio) e l'ordine vicino (ovvero il complesso delle relazioni e dei vissuti quotidiani)<sup>24</sup>.

La città è il luogo in cui c'è la massima concentrazione dei conflitti di classe, conseguenza delle contraddizioni inscritte nel modo di produzione capitalistico, ma allo stesso tempo è il luogo di incubazione dei processi che ne porteranno il superamento.

Proprio dalla città, infatti, parte il processo di riappropriazione dello spazi nella sua dimensione fisica, mentale e sociale, con il concetto di *diritto all'opera* "inteso come capacitazione della società urbana di partecipare alla (e di fruire in modo attivo della) costruzione della città<sup>25</sup>".

Il nodo cruciale delle concezioni marxiste è quello di situare spazialmente le pratiche di emancipazione presupponendo che la riorganizzazione dello spazio è sempre una riorganizzazione del potere sociale (nuovo paradigma interpretativo oggi designato con il termine *political economy o urban political economy*).

#### **1.1.5.4 La città come luogo della (post)modernità**

Il riferimento alla tradizione degli studi sociologici sulla città è importante per comprenderne le trasformazioni attuali, che si inscrivono senza soluzione di continuità nel processo di cambiamento del modello di città definito nella *modernità*.

---

<sup>22</sup> Idem pag. 62

<sup>23</sup> Agustoni A., *Sociologia dei luoghi ed esperienza urbana*, Franco Angeli, Milano, 2000, pag. 92.

<sup>24</sup> Ibidem.

<sup>25</sup> *Op. cit.* Borelli G., *Immagini di città*, pag. 70

Nella fase iniziale del XXI secolo ci si trova di fronte a radicali cambiamenti: lo spazio urbano è esplosivo, non ha più confini netti, si è dissolto, diventa sempre più *liquido*; il modo in cui i soggetti si rapportano reciprocamente negli ambienti urbani, tanto in quelli virtuali, è cambiato in modo radicale, e non è più riconducibile alle modalità aggregative del passato recente. Si assiste a una crisi delle utopie illuministe per le quali il controllo scientifico della natura prometteva la libertà rispetto alla povertà e al soddisfacimento dei bisogni individuali: la crescita della razionalità finalizzata-strumentale non porta alla realizzazione concreta della libertà universale, tutt'altro. A partire dalla seconda metà del XX secolo ha preso il via un processo di ripensamento della modernità attraverso l'analisi del suo progetto, la sua messa in crisi, e la radicalizzazione della crisi della modernità. In quella che Jean-Francois Lyotard chiama "*La condizione postmoderna*" (1979) si possono cogliere quegli elementi di rottura con la modernità e un nuovo sguardo sulla realtà per come si configura, ovvero come un'insieme di differenze e contraddizioni. La "fine delle grandi narrazioni, cioè delle rappresentazioni filosofiche<sup>26</sup>", ovvero di una comprensione dell'esperienza storica come svolgimento unitario e dotato di un senso coerente, cede il posto "in favore della rappresentazione di ciò che è concreto, che vive nella quotidianità". L'assunzione della *quotidianità* come campo privilegiato della formazione del senso e la continua immissione degli elementi del quotidiano in tutti i campi, ma anche lo spaesamento della perdita dei punti di riferimento, e la conseguente sensazione di incertezza, di ansia e di impotenza; la tendenziale scomparsa del confine tra la cultura "alta" e la cultura popolare; il relativismo come paradigma della pluralità di punti di vista sul reale; si inscrivono, insieme ad altri elementi, nelle "*conseguenze della modernità*"<sup>27</sup>. Per il sociologo inglese Anthony Giddens non siamo usciti dalla modernità, se ne sta vivendo una radicalizzazione.

Alla luce di queste brevi e non esaustive considerazioni sulla *post-modernità* o *tardo-modernità* o *modernità liquida* (e tutte le altre denominazioni che sono state date) si può affermare che, se la metropoli è stato il *luogo simbolo della modernità*, essa, per una logica di continuità del processo di radicalizzazione della modernità può assurgere a *luogo simbolo della postmodernità*. La città/metropoli contemporanea "rende visibile il

---

<sup>26</sup> Leonzi S. (a cura di), *Michel Maffesoli. Fenomenologia dell'immaginario*, Armando Editore, Roma, 2009, pag. 93

<sup>27</sup> Cfr Giddens A., *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna, 1994

postmoderno che si propone come cultura metropolitana per eccellenza. È la città che rende concreta l'intersezione e l'ibridazione del locale con il sovranazionale, la contestualizzazione del localismo e la de-contestualizzazione della citazione mediale, l'intreccio tra il diverso e il possibile<sup>28</sup>.

Gli elementi postmoderni si possono cogliere soprattutto nella città: a partire dalla costruzione dello spazio, e delle trasformazioni dello stesso, fino ad arrivare all'esperienza urbana, tutto racconta dei "grandi mutamenti sociali e culturali della società contemporanea<sup>29</sup>". Nella città si assiste a una ibridazione delle dimensioni sociali urbane della modernità: *abitare, lavorare, ricrearsi e spostarsi*, con le dimensioni fisiche della *dimensione, densità ed eterogeneità*, con un conseguente affiorare delle "logiche del parziale, del transitorio e del frammentario<sup>30</sup>".

Le nuove categorie del postmoderno si manifestano nella descrizione della città e dei suoi processi, attraverso neologismi che sottolineano, per l'appunto, nuove forme interpretative delle forme spaziali e sociali, ma in continuità con gli elementi costitutivi della città nella modernità.

- *Cityscape* e *mindscape*: alla trasformazione del *cityscape*, il panorama fisico della città, del paesaggio urbano per come può essere osservato, si affianca la trasformazione del *mindscape*, "il panorama dell'anima e delle culture della città (...) la città nuova prende forma prima ancora che nelle architetture nelle culture, nei valori, negli stili di vita<sup>31</sup>" sebbene l'architettura può "divenire il procedimento euristico del nuovo *mindscape* urbano.
- *Sprawl urbano*, città diffusa o dispersione urbana: sono termini che stanno ad indicare una rapida e disordinata crescita di una città. Il processo simultaneo di *deurbanizzazione* (abbandono generalizzato della città e il ritorno in città di nuova popolazione), *gentrification*, e di *delocalizzazione*, da origine a un tessuto urbano senza soluzione di continuità non solo con le periferie, ma con le campagne e le altre città, in una logica di *deregulation*. Protagoniste del nuovo panorama sono le *edge city* che si configurano come spazi economici quasi autonomi e ad alta

---

<sup>28</sup> Amendola G., *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Laterza, Roma, 2007, pag. 43.

<sup>29</sup> Ibidem.

<sup>30</sup> Op. cit. Borelli G., *Immagini di città*, pag. 104.

<sup>31</sup> Op. cit. Amendola G., *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli*, pag. 7.

tecnologia, spesso collocate nei nodi delle principali autostrade o grandi arterie, o in adiacenza ad aeroporti internazionali<sup>32</sup>.

- La città come *pastiche*: al processo di omogeneizzazione si sostituisce quello di eterogeneizzazione. L'ibridazione degli spazi che si abitano (quello sociale, politico, economico, fisico, e anche virtuale) porta a una sovrapposizione delle sfere di azione. Viene meno la razionalità tecnico-burocratica di pianificazione dello spazio che si configura sempre più come uno spazio contaminato anche dalle spinte dei non-tecnici che contribuiscono a vario titolo, e in vari modi, alla progettazione dello spazio urbano.

Per concludere torna utile la metafora utilizzata da Borelli per sottolineare la continuità tra l'approccio sociologico alla città della modernità con quello della postmodernità, e che vede i massimi esponenti nella *Scuola di Chicago* e nella *Scuola di Los Angeles*, corrente di studi costituitasi a metà degli anni '80 i cui maggiori studiosi di maggior rilievo sono Michael J. Dear e Steven Flusty. Brevemente si può dire che quest'ultima incarna nella città di Los Angeles, appunto, le caratteristiche della città postmoderna, non considerandola come eccezione nel panorama mondiale, ma innalzandola a modello.

Ebbene, dice Borelli: "così come Chicago e Los Angeles rappresentano il punto di partenza e quello di arrivo della *Route 66*, le rispettive scuole sono collegate da un lungo percorso che, piuttosto che smentire le premesse ecologiche, finisce per rafforzarle<sup>33</sup>".

---

<sup>32</sup> Il primo e principale analista di questo fenomeno è stato Joel Garreau, *Edge City: Life on the New Frontier*, 1991.

<sup>33</sup> Op. cit. Borelli G. *Immagini di città*, pag. 109

## 2 LE CITTA' MOBILI

### 2.1 La città liquida

Parlare di città significa parlare di tutto quello che è costruito e progettato sui suoi territori, e dei territori stessi; di tutto ciò che la abita e la anima, delle leggi che la regolano, della sua memoria e del suo destino. Nello studio delle città aleggia sempre una sorta di dualità: da un lato la forma spaziale, dall'altro la società. Eppure oggi assistiamo a un superamento del duale, dato dalla fluidità dello spazio e dalla moltiplicazione delle dimensioni sociali. Nonostante i suoi confini topografici, la città, intesa come territorio e come "contenitore" sociale, è sempre più mutevole e sfuggente, dai bordi spaziali e temporali sfumati, dilatati, ibridi, liquidi.

Occorre andare per gradi perché, prima di strabordare dai suoi confini fisici, la città è stata da sempre definita proprio in funzione di quel *limes*, ovvero dalla delimitazione e circoscrizione del suo territorio, e dei suoi abitanti, dall'ideale possibilità di stare al sicuro al di qua delle mura di cinta. Eppure, nella parola stessa "città" vi è inscritta la volontà di non marcare la dimensione dei confini spaziali, ma quella di sottolineare la dimensione comunitaria e sociale che la abita.

Spesso si ricorre all'etimologia delle parole per indagare nella loro origine e storia, nell'evoluzione fonetica, morfologica, e soprattutto semantica, quelle strutture di senso che permettano di comprenderne meglio il significato nei contesti più attualizzati e contingenti.

La parola città deriva dal latino *civitatem*, accusativo di *civitas*. Il sostantivo *civitas* a sua volta proviene da *civis*, che significa cittadino<sup>34</sup>. Come si può notare, *civitas* è una parola dal significato più politico che geografico, e può indicare o l'insieme dei cittadini oppure la condizione dell'essere cittadino, e, in senso più esteso, la cittadinanza. L'origine della parola dunque non pone l'accento sulla dimensione di agglomerato urbano, ma valorizza la dimensione dell'esistenza obiettiva di una comunità. L'accezione di *civitas* che indica un insieme di cittadini, si distingue da *urbs*, che indicava invece la città come complesso di edifici e di mura. La parola *urbs*, a sua volta, sembra derivare dal verbo *urvere*, che ritrova il suo significato nell'atto di tracciare il solco, quindi nella delimitazione, nelle cinta murarie

---

<sup>34</sup> Cfr. O. Pianigiani, *Vocabolario etimologico della lingua italiana*, 1a ed. 1907

di una nuova città. La città romana, identificata in *urbs*, a differenza di *civitas* esprimeva la centralità dell'identificazione in un luogo fisico, spazialmente delimitato da mura, la cui azione di tracciamento del margine era così importante da richiedere particolari rituali ogni volta quando questi margini dovevano essere spostati perché la città era cresciuta ed aveva incluso nuove parti. Questa parola porta con sé l'idea del confine, del *limes*, che si configura sotto due aspetti: da una parte come la rivendicazione di una diversa identità di quel luogo specifico, e dall'altra come superamento di quel confine, attraverso la conquista di nuovi territori da inglobare.

Nell'ampio arco temporale che separa la fine dell'impero romano e la contemporaneità, accade che, nella traslazione della denominazione da *urbe* a città, l'insieme dei cittadini sostituisce concettualmente lo spazio fisico. Nell'ottica del presente lavoro questo spostamento è fondamentale perché, prima ancora delle infrastrutture e delle tecnologie, dei servizi e delle sedi del potere istituzionale, la città è costituita da chi la abita e di chi la popola quotidianamente anche al di là della dimensione dell'abitare e delle differenze di ogni tipo; essa è costituita dalla fitta rete di relazioni tra le persone, e tra le persone e i luoghi.

Ma c'è un'altra faccia dell'urbano che precede storicamente quella dell'*urbs* e della *civitas*, e che in qualche modo è complementare alle altre due: è la *polis* greca. La *polis* si identifica innanzitutto come la sede, la dimora, il luogo in cui un determinato *génos*, una determinata stirpe, ha le proprie radici. Il termine *polis* indica dunque un'idea forte di radicamento laddove si pone come il luogo dove ha sede una *gens* determinata, specifica per tradizioni, per costumi. È un radicamento tanto territoriale quanto genealogico, culturale, una connotazione del tutto assente nel latino *civitas*. La differenza è radicale: mentre il cittadino della *polis* trae dalla città la sua *ex-sistenza*, la *civitas* assume la propria forma dall'insieme dei *cum-cives*, ovvero dai cittadini stessi, da tutti quei soggetti che convergono insieme in uno stesso luogo, dandosi le medesime leggi. L'abitare la *polis* significa vivere in un territorio ben definito e circoscritto, in cui vivono cittadini e attori sociali uniti da sicuri vincoli identitari. Al contrario, è l'insieme dei cittadini che dà luogo alla *civitas*, come risultato di quel processo che deriva dal convenire tutti insieme sotto le medesime leggi, al di là di ogni determinatezza etnica o religiosa.

Da qui un'idea fondante per meglio identificare una città che sia liquida: la città non è ferma, costituita di elementi fissi. Il carattere fondamentale, programmatico, della *civitas*

era quello di crescere, di svilupparsi, di complicarsi. Uno degli epiteti più frequenti della tarda romanità era quello di una Roma «*mobilis et augescens*»<sup>35</sup>, proprio a indicare questa estrema dinamicità.

La città, dunque, oltre a poter essere identificata topologicamente come un insieme di territori urbanizzati, è piuttosto una sovrapposizione di dimensioni spaziali: è costituita, infatti, dagli *spazi dell'urbs, gli spazi della civitas e della polis, a cui si aggiungono gli spazi virtuali dei flussi comunicativi*. Tutto ciò ne dilata all'infinito la superficie, la popolazione si fa globale, la densità abitativa deve sommare quella reale a quella virtuale e immaginaria. Vista da questa prospettiva, tutti i parametri che definiscono una città, tutte le caratteristiche con le quali una città può essere identificata (stato, regione, potere politico istituito, popolazione di abitanti, la storia, la memoria) sono sempre più fluide.

E' in questo senso, senza che si operi una forzatura concettuale, che si parla qui di città liquida facendo ovviamente riferimento al testo di Zygmunt Bauman *Modernità liquida*<sup>36</sup>. Bauman ha successivamente declinato l'aggettivo "liquido" in vari modi: *Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi (2003), Vita liquida (2005), Paura liquida(2006)*. Dato che questo attributo può essere accostato a diverse dimensioni dell'esistenza, si prova in questa sede a proporlo per la dimensione dell'esperienza urbana.

Ciò che Bauman riprende dal concetto di "liquidità" sono le caratteristiche principali di questo stato della materia, ovvero la fluidità (le molecole o atomi che costituiscono il liquido interagiscono fra loro, sebbene non fortemente come nel solido, non sono fra loro in posizioni fisse ma "scorrono" gli uni sugli altri) e l'elasticità (i liquidi sono molto elastici, cioè si deformano facilmente sotto l'azione di una forza).

Queste caratteristiche se usate riferimento alla nella modernità permettono di identificare una modernità solida, nella quale la società era considerata come una casa comune e bisognava solamente istituzionalizzare le norme ed i comportamenti dei cittadini; e una modernità fluida nella quale i corpi solidi (le istituzioni, le reti sociali, le comunità ben definite), ovvero il cittadino e lo stato, sono liquefatti.

L'individualismo si antepone alla cittadinanza, decade il progetto moderno di individuo-cittadino. Si fa sempre più crescente il divario tra le aspettative dell'individuo e quelle del cittadino, e più marcata si fa la differenza tra individuo *de jure* (diritti-doveri) e l'individuo

---

<sup>35</sup> Guglielmi M., Pala M. (a cura di) *Frontiere, confini, limiti*, Armando editore, Roma, 2011, pag. 38

<sup>36</sup> Bauman Z., *Modernità liquida*, Ed. Laterza, Roma-Bari, 2002

*de facto* (capacità di autoaffermazione). Questo, secondo Bauman, sta lentamente distruggendo lo spazio pubblico, il luogo principe della politica, intesa come ridefinizione costante dei diritti e dei doveri del cittadino.

Le città non sono più comunità, e i confini territoriali e quelli culturali sono porosi, si lasciano attraversare e contaminare dai flussi. La piazza non ospita più l'incontro di persone, ma ne ospita solamente il passaggio rendendola uno spazio pubblico, ma non civile.

I movimenti della globalizzazione, e la fluidità sociale della "modernità liquida", investono pienamente soprattutto la città/metropoli che della modernità è l'emblema e sintesi.

La città che possiamo quindi chiamare liquida non è identificabile con una linea, ma è una rete di luoghi e di funzioni; non è un'area chiusa e protetta, ma è un'interfaccia osmotica, è un perimetro permeabile, talvolta rigido, ma altrettante volte spugnoso. La città è un nodo, un luogo formato dall'intersezione di usi, di funzioni e di flussi che la attraversano. La città liquida è il luogo dello scambio delle merci economiche e culturali, ma si configura come luogo di produzione e di commercio non solo di prodotti, beni e servizi, ma anche di significati, rappresentazioni e di informazioni. La città liquida non è solo storia e non è futuro utopico/distopico, ma è sintesi e contaminazione di visioni (del passato e del futuro) e mescola la memoria con le prospettive e le reinterpretazioni.

La "dimensione liquida" della città, configurandosi, è sintesi di spazio e di comunità rappresenta anche la complessità e le contraddizioni di comunità civiche sempre più caratterizzate da frammentazione, insicurezza, e disagio sociale<sup>37</sup>.

## **2.2 La città consumata**

Si è già detto che la città è un oggetto tanto interessante quanto sfuggente, organico e frammentato, che porta su di sé i segni della modernità e del suo epilogo, inglobandone tutte le contraddizioni, ma creando contemporaneamente uno spazio di compresenza, mescolanza, promiscuità che va analizzato.

Senza pretesa di esaustività e completezza, ma con l'idea di ricomporre i frammenti della città per poterne ricostruire una (seppur parziale) nuova identità, nel presente lavoro si cerca di inquadrarne volta per volta un suo dato aspetto, una sua dimensione peculiare. Se

---

<sup>37</sup> Cfr. Monardo B., *La città liquida. Nuove dimensioni di densità urbanistica*, Maggioli Editore, 2010

l'obiettivo è da una parte capire che cosa è oggi la città, come può essere raccontata, che cosa è diventata, e, dall'altra, cercare di intuire quali forze si intrecciano nel suo cambiamento costante, e verso quali direzioni, allora non ci si può esimere da questo procedimento euristico.

Inquadrare la città come un oggetto semiotico è un ulteriore passo verso una visione multifocale che di essa si può avere.

### **2.2.1 La città come oggetto semiotico**

L'approccio semiotico alla città la costituisce come un tutto organico, dotato di un'identità relativamente stabile, di un'individualità; la intende come un testo.

Ma «la città sembra irriducibile alla dimensione di oggetto testuale, per tutta la sua complessità, per le molteplici dinamiche che la attraversano, per la sua apertura. Eventualmente e sempre: un *testo in movimento*<sup>38</sup>». In questo senso «la città è, o può essere considerata, *testo*, in un'accezione del tutto particolare: non dato stabile ma in divenire, “scritto e riscritto” da molte mani. Il termine di “riscrittura”, o “ridisegno”, è utilizzato anche nel linguaggio comune per indicare gli interventi di ristrutturazione, risanamento, riordino e ridefinizione di luoghi o parti della città ad opera di amministratori e di esperti che sono preposti al suo governo. Oppure, eventualmente, per riferirsi ad una più spontanea opera di cittadini, abitanti o fruitori della città, che attraverso le loro pratiche tendono ad adattarla alle proprie esigenze di consumo e di vita<sup>39</sup>».

Quindi l'organizzazione topologica, le forme spaziali e architettoniche che inglobano un progetto di articolazione dello spazio, si intrecciano e prendono vita in relazione ai percorsi che si snodano al suo interno e al sistema di comportamenti e di passioni dei soggetti che li frequentano.

Considerare la città dal punto di vista semiotico è un'operazione di concettualizzazione utile al fine di mettere al centro della presente ricerca proprio chi abbiamo interesse ad analizzare: le persone. Queste fruiscono a vario titolo (come abitanti, pendolari, turisti, city user) della città, e ne sono la spinta più forte alla trasformazione attraverso le loro azioni

---

<sup>38</sup> Marrone G., Pezzini I., *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Meltemi, Roma, 2006, p. 40

<sup>39</sup> Pezzini I., (a cura di) *Roma. Luoghi del consumo, consumo dei luoghi. Ara Pacis, Auditorium, Esquilino e altro. Analisi semiotiche e sociolinguistiche*, Nuova Cultura, Roma, 2009, pag. 9-10

di significazione espresse in “mobilità”, con l’attraversamento degli spazi, e in “consumo”, con l’utilizzo simbolico e la ridefinizione identitaria.

Il senso delle forme urbane, la città intesa come insieme di “luoghi dotati di valore”, emerge dalla dialettica urbana tra spazi e persone (reti sociali del potere, del mercato, del consumo). E’ questa che definisce l’architettura della città, e la distribuzione delle popolazioni e delle attività, in un reciproco trasformarsi in cui “il contributo degli individui e dei gruppi alla produzione dello spazio è determinato dalle loro interazioni<sup>40</sup>”.

### 2.2.2 Il consumo della città

Nella città vive di un continuo scambio di senso che si attiva tra la città intesa come testo in cui ogni sua componente significativa (da quella territoriale a quella economico-politica e sociale) assume significati, e chi la interpreta e riscrive; questa interazione può essere intesa come un processo di consumo vero e proprio.

La dimensione del *consumo della città* (oltre che nella città), è in realtà molto sfaccettata, almeno quanto può esserlo il concetto stesso di consumo:

«Il consumo contemporaneo è un fenomeno molto complesso, che può essere costruito e decostruito come oggetto di studio da prospettive diverse. Tutte però concordano su un dato di base: si desiderano, si scambiano, e si consumano più “segni” che non “oggetti”, e comunque sempre gli uni attraverso gli altri, e viceversa<sup>41</sup>».

La metropoli fantasmagorica simmeliana si è costituita innanzitutto come luogo di produzione, esposizione, e di consumo di merci; ha poi offerto la possibilità di accedere a beni e servizi, ma, come sappiamo, essa è diventata soprattutto luogo di scambio e negoziazione di significati simbolici. E se per *spazio* indichiamo «il concetto generale che totalizza l’insieme delle qualità sensibili (visive, sonore, termiche, olfattive ecc.) attraverso le quali il mondo si manifesta all’uomo ed è per lui significativa<sup>42</sup>» allora proviamo ad interpretare gli spazi urbani come spazi del consumo (di merci e di senso) ovvero come «spazi di messa in scena spettacolare delle merci quanto poli di attrazione sociale, luoghi

---

<sup>40</sup> *Senso e metropoli* op. cit. p. 19

<sup>41</sup> Pezzini I, Cervelli P. (a cura di) *Scene del consumo, dallo shopping al museo*, Meltemi editore, Roma, 2006, pag.21

<sup>42</sup> Idem pag. 12

potenziali di identificazione e di spaesamento individuali e collettivi, segnali spie e magnificatori di pregi e difetti del nostro tempo<sup>43</sup>».

La metropoli del XXI secolo è il luogo di attivazione del popolo dei consumatori urbani, con i suoi spazi, il suo corredo monumentale ed architettonico, i suoi riti e le sue ribalte. Luogo di consumo totale che deve continuamente rinnovarsi se vuole essere competitivo in termini di attrazione. Le nuove rappresentazioni urbane si costituiscono per essere “luoghi per consumare, luoghi da consumare<sup>44</sup>”.

È per tutto quello che si può consumare sul suo spazio (materiale tangibile quanto simbolico), che la città è abitata, attraversata, esperita.

Sono due le accezioni diverse che sono ascrivibili al significato del termine **consumo**, per il Vocabolario Treccani (Conciso) si identificano in: 1 *Il fatto di consumare, di ridurre al nulla mediante l'uso*; 2 (econ.) *L'operazione o il processo mediante cui beni economici vengono utilizzati per appagare un bisogno, per produrre nuovi beni; anche fruizione di servizi e attività culturali*.

I due significati principali del “consumo” riferiti alla città sono da identificarsi come due azioni dello stesso processo: da una parte l'uso della città prevede inevitabilmente un suo logoramento, una sua lenta erosione, manifestando le dinamiche dell'esaurimento e della distruzione; dall'altra le pratiche di consumo (economico, simbolico, culturale) che hanno luogo nello spazio urbano, e intese come insieme di comportamenti e relazioni che le persone vivono sugli spazi urbani, operano una risemantizzazione della città e dei suoi luoghi; “i *soggetti* abitano e trasformano lo spazio, lo polarizzano, lo articolano”, questo permette di innescare quella parte del processo di consumo che si configura come creazione, accrescimento, costruzione.

La natura testuale dell'urbano è data dalla sua capacità di incorporare un senso, di comunicare attraverso variegate maniere espressive, di sottoporsi a una continua e molteplice interpretazione da chi la consuma. Infatti l'interazione delle persone con la città si configura sempre più come consumo laddove alla produzione e alla messa in scena delle merci della modernità, si sostituisce la messa in scena del consumo che diviene processo

---

<sup>43</sup> Ibidem

<sup>44</sup> Mazzette A., Sgroi M., *La metropoli consumata. Antropologie, architetture politiche, cittadinanze*, Franco Angeli, Milano, 2007

di costruzione del sé individuale e del sé sociale, a cui si aggiungerà la dimensione del sé virtuale.

Dove nella modernità la città si costituisce come progetto che risponde a un bisogno (che rimanda alla figura di progettisti “per mestiere”), nella fase di radicalizzazione della modernità essa è meglio definita come oggetto che risponde a un desiderio. Quello che vive la città è un nuovo consumatore che ha cambiato pelle in cerca di esperienze più che prodotti, di emozioni e sensazioni più che valori d'uso «il consumo implica diverse dimensioni semiotiche: quella pragmatica, quella cognitiva, quella patemica, spesso riunite nel termine “esperienziale<sup>45</sup>”».

Il consumo della città si identifica come esperienza di lettura del testo urbano da parte di un fruitore, ma al contempo questo soggetto, all'interno del contesto, articola nuovi testi, attua una messa in scena ovvero una “spettacolarizzazione delle forme in cui egli si rivela al mondo, la resa teatrale delle dinamiche d'incontro tra se stesso e i personaggi e gli oggetti che condividono con lui la scena<sup>46</sup>”.

In questo senso la “città consumata” vuole indicare un processo in cui il consumatore è spinto a reidentificare costantemente lo spazio ma anche se stesso “attraverso un passaggio continuo tra un “interno” ed “esterno<sup>47</sup>” spaziale e individuale:

«La messa in scena delle pratiche, come ha evidenziato Anthony Giddens ispirandosi a Goffman, è sempre una "regionalizzazione", ossia un dispositivo che ricostruisce la scena e i suoi confini, la distinzione tra palcoscenico e platea e tra front stage e backstage (...) le popolazioni, con le loro pratiche quotidiane, non solo stanno sulla scena, ma la ricostruiscono e la rispazializzano<sup>48</sup>».

Ma come abbiamo visto lo spazio della città contemporanea non è tanto una "scena" «se per scena si intende un fondale neutrale (...) sul quale, in superficie, fenomeni sociali rilevanti disegnano rappresentazioni disancorate dai luoghi dell'esperienza quotidiana. Piuttosto si tratta di imparare a trattare la spazializzazione e la costituzione di luoghi in relazione ai movimenti, utilizzando la nozione di campo (...) Se lavoriamo approfonditamente sul modo in cui si articolano spazialmente i flussi, i movimenti delle popolazioni nelle loro traiettorie; sul modo in cui queste traiettorie si intrecciano e si intersecano generando luoghi (di condivisione, di compresenza), che

---

<sup>45</sup> *Scene del consumo, dallo shopping al museo* op. cit. pag 21

<sup>46</sup> Idem p. 70

<sup>47</sup> ibidem

<sup>48</sup> Pasqui G. *Città, popolazioni, politiche*, Jaca Book, Milano, 2008, pag. 88

rappresentano addensamenti (veri e propri "grumi" di pratiche vitali e di senso) entro un orizzonte liquido di movimenti locali e sovralocali, comprendiamo che abbiamo bisogno di un concetto che permetta, nella prospettiva delle pratiche, di indicare sinteticamente la persistenza del supporto e l'accadere dell'evento scenico, nelle loro reciproche interrelazioni<sup>49</sup>».

Quello che suggerisce Pasqui è di oltrepassare l'idea di spazio e di scena e di utilizzare quella di campo in quanto è un concetto che meglio si adatta a identificare il luogo di incontro da una parte delle pratiche di consumo della città e dall'altra dell'azione di ri-mediazione simbolica attuata dai consumatori stessi:

«un campo presenta confini mutevoli, sfumati, talvolta invisibili. Ciò implica che un campo è sempre necessariamente limitato (finito), ma secondo conformazioni cangianti (...) Un campo è da intendersi innanzitutto come un terreno di manifestazione di forze, di relazioni di potere che "passano" tra soggetti che costruiscono dispositivi di soggettivazione. Se un campo è sempre strutturato in relazione a flussi e forze, nelle quali il potere "passa" costituendosi entro relazioni, implicitamente poniamo fuori ogni nozione posizionale di potere, ivi comprese quelle che associano territorialità e autorità, secondo il modello classico della politica moderna<sup>50</sup>».

Questa riflessione conclusiva aiuta a tenere legati gli elementi che sono emersi fin'ora: la fluidità e liquidità della città riconduce alla indeterminatezza dei confini spaziali e dei flussi di persone e di informazioni che la attraversano; ciò accade perché la città è ormai uno spazio poroso, che innesca processi osmotici che ne modificano insieme la forma e la sostanza. Gli spazi urbani si levigano sotto l'azione dei continui flussi di interazioni simboliche, e al contempo sono da queste ricostruiti, ridefiniti, in un continuo processo di mutazione di forma e di senso. Per questo rispetto ai luoghi urbani si ritiene che possa essere superata la definizione di spazio (inteso come limite geografico) e di scena (intesa come luogo delle rappresentazioni simboliche individuali e sociali), e che occorra guardare ad essi come un campo la cui superficie, disseminata di senso, mostri tutte le impronte di chi la attraversa.

### **2.2.3 Morfologia sociale della città**

Associare il consumo alla città non significa, come si è visto, identificare la città come merce; né tantomeno il termine è qui indicato nella sua accezione negativa di

---

<sup>49</sup> Idem p. 89

<sup>50</sup> Ibidem

“mercificazione” (dell’urbano in questo caso). Parlare del *consumo della città* è molto diverso che dire “città del consumo”, per quanto, come sappiamo, gli spazi del commercio, i luoghi del consumo come i grandi centri commerciali, generano trasformazioni sempre più evidenti sullo spazio urbano e nelle dinamiche sociali. Ma allora se si considerano come “scene del consumo” quelle dello shopping quanto quelle del museo (Pezzini e Cervelli, 2007), allora la dimensione del consumo, col suo carico di significazione individuale e sociale, si allarga tanto da investire tutti gli spazi sovrapposti della città.

E’ in questo senso che “consumare” identifica il rapporto della città con chi la fruisce, inteso come un processo inter-attivo e simbolico tra più attori; in quanto tale è sempre bidirezionale e trasformativo della sostanza quanto della forma di chi vi prende parte “Il termine consumo indica un atto, cioè un gesto trasformatore compiuto da un soggetto variamente competente, inquadrato all’interno di una struttura contrattuale che ha il compito di *innescare* situazioni potenziali<sup>51</sup>”.

Se in qualche modo si vuole ora individuare il soggetto (o meglio i tipi di soggetti) che mette in moto l’azione di “consumo urbano” questo è sicuramente identificabile in una o più figure generate dall’ibridazione tra *consumatore* e *cittadino*.

All’interno del libro succitato vi è un saggio<sup>52</sup> dal titolo *Consumo e cittadinanza. Una mappa socio semiotica* nel quale l’autore analizza le figure del “consumatore” e del “cittadino” come coppia di opposti: la tradizione della modernità, insieme a tante altre coppie binarie, ci ha lasciato anche quella che oppone le figure del “cittadino” e del “consumatore”, entrambi con competenze e sensibilità proprie.

Volendone schematizzare alcuni tratti potremmo così raffigurarci l’opposizione fra le due identità: mentre il *cittadino* poggia su cardini prettamente moderni come *istruzione, lavoro, informazione*, il *consumatore* è marcato da *analfabetismo* (saperi del corpo), *precarietà*(economico-identitaria) *comunicazione* (divertimento/performance).

Aggiunge l’autore che sulla scia di questa iniziale scissione si sovrappongono una serie di altre dicotomie come quella tra “*produzione* e *consumo* oppure fra *homo faber* e *homo ludens*, oppure ancora quella che oppone le due figure collettive del *popolo* e della

---

<sup>51</sup> *Scene del consumo, dallo shopping al museo*, op. cit. p. 21

<sup>52</sup> *Consumo e cittadinanza. Una mappa socio semiotica*, di Franciscu Sedda in *Scene del consumo, dallo shopping al museo*, op. cit. p. 386

*moltitudine (...) fra democrazia e mercato e fra etica e estetica (...) e la coppia ragione/passione”.*

È così che si delinea «l'immagine di un Cittadino che chiede *servizi* e che si rapporta con istituzioni (fredde, burocratiche, razionali) che lo aiutano a realizzarli pragmaticamente, e di un Consumatore che invece è immerso in un mondo affettivamente denso, fatto di partecipazione a corpi e oggetti immediatamente sociali, mitici, utopici<sup>53</sup>».

Dunque, queste due figure sembrano apparire così ben definite e delineate tanto da incarnare distintamente l'una le logiche di cittadinanza e l'altra le logiche del consumo: «Volendo riassumere tutti questi elementi potremmo condensare l'opposizione di partenza nella differenza fra un Cittadino *titolare di diritti* e un Consumatore *titolare di esperienze*».

Dopo aver introdotto tutti i termini con cui si può definire la dicotomia “cittadino/consumatore” Sedda compie un ulteriore passo: la iscrive all'interno del quadrato semiotico. Questa operazione permette la formazione di concetti pertinenti all'opposizione concettuale dicotomica di partenza. Ne risulta una moltiplicazione di senso quanto, nel nostro caso, di soggetti diversi. Una delle risultanze che qui si vuole sottolineare è l'emergere di due concetti che stanno in una relazione di complementarietà, una sorte di “organismo bicefalo”: il ***cittadino consumatore e il consumatore cittadino***.

«Il modellarsi del cittadino sulle logiche del consumo può riassumersi nell'idea del *cittadino acquirente* e del *mercato dei diritti*. (...) Ciò a cui ci si riferisce è la possibilità di trattare il globo, i suoi territori e le sue istituzioni, come un generale “mercato” su cui spostarsi e in cui rifornirsi di diritti preclusi in un luogo ma agibili in un altro. Si tratta in molti casi di diritti di terza o quarta generazione: diritto alla salute, diritto di cura, diritti culturali, ambientali ecc. Ma in realtà coinvolge anche diritti basici, come ci ricordano i flussi di immigrazione dall'Africa, dall'Asia, dal Medio e dall'Estremo Oriente: diritti politici, civili, sociali basilari, come quello alla libera espressione delle proprie idee, a una vita dignitosa, a un lavoro sicuro e giustamente retribuito. Le “ovvie” garanzie di alcuni cittadini divengono dunque potenziali “attrattive” da consumare (investendo ovviamente finanziariamente, e non solo in termini di mobilità) per altri cittadini che ne sono esclusi nel loro territorio».

---

<sup>53</sup> Idem p. 388

Alla luce di queste considerazioni è opportuno chiedersi: nella città ormai matura della post-modernità che per semplicità possiamo definire “metropoli”, seguendo le indicazioni di Guido Martinotti<sup>54</sup>, come si possono identificare questi attori che non sono né solo consumatori, ma neppure soltanto cittadini?

Come si inquadra questo nuovo consumo urbano che è creativo e consapevole (delle proprie azioni e responsabilità e che quindi si connota anche politicamente); che è consumo di beni e servizi, ma anche consumo culturale, consumo esperienziale?

L’Interazione tra spazio metropolitano e chi lo abita, o anche soltanto attraversa, è stato al centro delle riflessioni della ricerca sociologica fin dai suoi albori.

Emile Durkheim (1858-1917) fu il primo a sottolineare l'importanza, nello studio delle condizioni sociali, del fattore spaziale. La ricerca delle corrispondenze tra territori, tipi di stanziamenti, e forme della vita sociale emergeva soprattutto in riferimento alle differenze tra spazi rurali e spazi urbani sempre più evidenti con il processo di modernizzazione. Durkheim era interessato ad indagare l'esistenza di una relazione tra le diverse forme di insediamento e la vita sociale per studiare "non le forme del territorio ma le forme che assumono le società stabilendosi sul territorio<sup>55</sup>" in un’ottica non deterministica e univoca, denominando questa parte della sociologia che studia il substrato della vita collettiva (forma e ripartizione del gruppo sul territorio, dell’habitat, delle comunicazioni) morfologia sociale:

«A seconda che la popolazione sia più o meno numerosa, più o meno densa, a seconda che sia concentrata nelle città o dispersa nelle campagne, a seconda del modo con cui le città e le case siano costruite, a seconda che lo spazio occupato dalla società sia più o meno esteso, a seconda di quali siano le frontiere che lo limitano, le vie di comunicazione che lo percorrano, ecc. , il substrato sociale è diverso<sup>56</sup>»

George Simmel nel 1903 ne *“La metropoli e la vita dello spirito”* fa un chiaro riferimento alle corrispondenze esistenti tra forme spaziali e forme del vivere sociale.

Le nuove dimensioni dell’abitare metropolitano ritmi intensi, densità, continua stimolazione, hanno provocato l’intensificazione della vita nervosa e hanno delineato un nuovo profilo individuale e atteggiamento sociale, l’uomo “blasé”.

---

<sup>54</sup> Martinotti G., *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino, 1993, p.16

<sup>55</sup> Di Paolo G., *Davanti a un mondo nuovo. Teoria. Luoghi. Viaggi* Morlacchi ed., Perugia 2007, p.58

<sup>56</sup> Riportato in F. Martinelli (a cura di), *La Città i classici della sociologia*, Liguori, Napoli, p.35

«L'essenza dell'essere blasé consiste nell'attutimento della sensibilità rispetto alle differenze fra le cose, non nel senso che queste non siano percepite ma nel senso che il significato e il valore delle differenze, e con ciò il significato e il valore delle cose stesse, sono avvertiti come irrilevanti. Al blasé tutto appare di un colore uniforme, grigio, opaco, incapace di suscitare preferenze»».

La più immediata causa all'origine di questo atteggiamento è la sovrastimolazione sensoriale offerta dalla città: le stimolazioni nervose provenienti dai “nuovi spazi metropolitani” si susseguono rapidamente e in modo contraddittorio e discordante; subentra così un'incapacità di reagire a sensazioni nuove con la dovuta energia.

Ma, nella storia sociologica, è stata l'esperienza della Scuola di Chicago che ha aperto le porte allo studio delle modalità attraverso le quali gli individui e i gruppi si distribuiscono sul territorio, e quindi dei modi in cui l'ambiente e lo spazio vengono modificati dall'uomo attraverso specifiche modalità di insediamento.

Attraverso un approccio cosiddetto “ecologico”, la città è letta come una serie di ambienti naturali, dove gli individui si avvicendano attraverso storie di inserimento, sopraffazione, dominio, conflitto, accordo e assimilazione; il fatto di vivere in contesti urbani comporta delle problematiche sociali. Il postulato fondamentale dell'ecologia umana è che l'adattamento all'ambiente, sebbene abbia luogo attraverso le azioni dei singoli individui, è in realtà un fenomeno collettivo, che coinvolge tutti coloro che occupano stabilmente una determinata area<sup>57</sup>, in un certo senso la città è data dalla sua popolazione e dal modo in cui essa si concentra e si distribuisce.

La Scuola di Chicago è stata la prima ad avere elaborato un metodo di indagine sociale empirica nei confronti della città con l'invenzione e l'utilizzo, per la prima volta, di metodi di ricerca qualitativa effettuata sul “campo”, dove per esso si intendeva lo spazio urbano di Chicago, una città che, tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, si trasforma in maniera repentina. Ad opera dei sociologi di Chicago, lo spazio della città viene suddiviso in aree diverse sia sotto il profilo sociale (popolazione) che funzionale (attività).

Infine, come aveva in precedenza fatto Simmel nell'identificare una specifica tipologia di personaggio urbano che emerge da una nuova forma (morfologia) sociale data dai cambiamenti della vita nella città e frutto dell'interazione delle popolazioni con i territori, anche lo studioso chicaghese Nels Anderson distingue una nuova figura: l'hobo. Nel 1923

---

<sup>57</sup> Borelli G., *Immagini di città. Processi spaziali e interpretazioni sociologiche*, Bruno Mondadori, Milano, 2012, p.9

egli pubblica la ricerca: *The Hobo: The Sociology of the Homeless Man*, realizzato attraverso il metodo dell'osservazione partecipante dove lo *hobo* è studiato nel suo habitat, nell'ambiente sociale che si è creato all'interno della comunità da cui è circondato e dalla quale è in gran parte estraneo.

L'hobo è un lavoratore itinerante precario (talvolta volutamente) è un nomade dello spazio urbano cambia spesso città spostandosi con le ferrovie. E' un tipico prodotto dell'America che esalta la mobilità come forma di libertà. Chicago che era un grande terminal ferroviario è stata a lungo la capitale degli hobo, molti di loro vivevano in squallide pensioni nella "zona di transizione" entrando in contatto con altre realtà. L'hobo è un tipo specifico di vagabondo, diverso dal lavoratore stagionale, lavora il minimo indispensabile ma non è un senza tetto: quando non lavora passeggia, osserva, qualcuno beve o gioca d'azzardo, alcuni vivono al limite della devianza o della malattia mentale.

Partendo dall'analisi dell'approccio ecologico alla città, e contestualizzando storicamente quegli studi (primi anni '30), è possibile arrivare ad una interpretazione dei mutamenti che da allora hanno interessato la città contemporanea, e all'individuazione di una nuova morfologia sociale della città riferita in particolare ai contesti metropolitani.

Oggi nelle città il *Consumatore cittadino* si caratterizza per una posizione "attiva partecipativa" e per la capacità di creare una domanda in grado di interagire maggiormente con l'offerta. Attraverso le opportunità offerte dalle nuove tecnologie il consumatore-cittadino non solo consuma i servizi ma "pretende" di concorrere a definire e talvolta produrre, congiuntamente ai vari soggetti di offerta, quello di cui ha bisogno.

«Considerare la città un insieme di luoghi da visitare e consumare, significa che le popolazioni urbane prima che cittadini sono consumatori. Il che significa anche che il loro accesso alle risorse della città si realizza non in quanto portatori di doveri e di diritti a prescindere dalle loro capacità economiche, ma in quanto portatori di specifiche domande di consumo da soddisfare-

nelle città sempre più forte la contrapposizione tra città dei fruitori (o dei consumatori) da un lato, e città degli abitanti dall'altro»<sup>58</sup>

Questo processo in parte realizza una contrapposizione tra popolazioni urbano-metropolitane portatrici di istanze e diritti diversi; inoltre sembra che sia cambiato il modo

---

<sup>58</sup> Mazzette e Sgroi 2007 p. 163

stesso di abitare, legato o meno al concetto di residenza, gli abitanti stessi infatti abitano sempre meno i territori urbani e consumano sempre più gli spazi urbani.

Il cittadino consumatore è espressione di nuove forme di partecipazione postmoderna che muovono a partire da un "individualismo cooperativo altruistico" (Beck, 2005).

#### **2.2.4 Il consumo dello spazio urbano: i city user**

L'approccio dell'ecologia sociale «prende le mosse da un tipo di città che, pur essendo già in rapida evoluzione verso la moderna forma metropolitana, era ancora una struttura urbana in larga misura tradizionale: una città, cioè, definita sociologicamente soprattutto dai suoi abitanti. L'ecologia umana classica, in altre parole, fa derivare la morfologia sociale dal conflitto tra le diverse popolazioni che, competendo per il loro insediamento nello spazio urbano, lo plasmano da un punto di vista sociologico, cosicché dall'interazione tra i vari gruppi si viene producendo un complesso mosaico di "aree naturali": la città appunto<sup>59</sup>».

È ad opera di Guido Martinotti, e soprattutto al suo testo *Metropoli*<sup>60</sup> (1993) che la riflessione sulla città, e quindi sul rapporto tra spazio urbano e chi lo abita, si allarga oltre la popolazione insediata, quella degli *abitanti*, alle altre popolazioni che in qualche modo si riconducono sullo spazio urbano. Martinotti mantiene lo spazio come riferimento della sua analisi, confermando l'impossibilità di "pensare alla città in senso *aspaziale*"; inquadra una nuova realtà urbana pur mantenendo uno stretto collegamento tra le persone e i luoghi, e "le popolazioni con un territorio". La riflessione di Martinotti ruota tutta intorno al concetto di "popolazione", o meglio "popolazioni". Egli si sgancia innanzitutto dal concetto di "classe" di estrazione marxista che per anni ha guidato la ricerca sociale urbana argomentando che: se le classi sono "attori collettivi più o meno organizzati o comunque impegnati in un tipo di conflitto riconducibile a cleavages economici, istituzionali e politici" le popolazioni, al contrario "sono aggregati di individui, e per interpretarne il comportamento non è necessario fare ricorso ad alcun assunto forte sulla loro razionalità collettiva<sup>61</sup>". La parola "aggregati" presuppone appunto che l'interpretazione degli effetti dell'azione delle popolazioni non dipenda da forme di razionalità collettiva.

---

<sup>59</sup> *Metropoli* op. cit. p. 137

<sup>60</sup> *Metropoli* op. cit.

<sup>61</sup> *Idem* p. 139

Partendo dalla considerazione che per comprendere la metropoli nella sua configurazione attuale occorre considerare non solo le popolazioni che sono insediate in un certo territorio, Martinotti individua “*quattro popolazioni metropolitane*” che gravitano attorno alla metropoli. Ma i tipi di popolazioni, in questa analisi, sono direttamente collegate all’evoluzione storica della forma metropolitana: “Martinotti propone una sorta di genealogia delle sue quattro popolazioni, mettendo in relazione la loro emergenza (...) con l’affermarsi di fasi diverse dello sviluppo metropolitano<sup>62</sup>”. Ne consegue che ogni forma metropolitana è connotata da una specifica e specializzata popolazione, ma esse sono coesistenti, sebbene ogni volta che ne emerga una quest’ultima impatta inevitabilmente sulle altre.

La prima popolazione che caratterizza la *città tradizionale* è quella degli **abitanti**. Nelle città iscritte dentro le mura, metaforiche o meno, la popolazione era costituita da persone che vivevano e lavoravano all’interno del perimetro cittadino. Non vi era distinzione tra abitanti e forza lavoro per quanto non si escludeva l’esistenza di un terzo gruppo di persone che affluivano temporaneamente in città per ragioni commerciali, o religiose o di altro genere.

I fattori produttivi, legati allo sviluppo industriale e all’aumento della produzione, hanno fecero sì che crescenti flussi di persone dalle aree rurali e periferiche, arrivassero in città per offrire la loro manodopera. Questa fase fu quindi caratterizzata tra la scissione tra chi abitava la città e chi vi si recava solamente per lavoro. Emerge così una nuova forma urbana, la forma metropolitana, la **metropoli di prima generazione** nella quale agli abitanti si affiancano i pendolari. Essa, infatti, si caratterizza per il fenomeno del **pendolarismo** (*commuting*) che materialmente si traduce in trasformazioni infrastrutturali (stazioni ferroviarie, autostrade, linee metropolitane, etc.) che modificano l’aspetto urbano, ma anche le abitudini e le conformazioni sociali e spaziali.

Infatti i flussi pian piano si caratterizzano per la loro bidirezionalità: non sono solo in entrata ma anche in uscita. Con l’aumento della mobilità e dell’accessibilità ottenuto grazie alle nuove infrastrutture e all’incremento della motorizzazione privata, i flussi di persone che si spostano non sono costituiti soltanto da pendolari ma: da una parte, per fini ricreativi legati all’aumento del tempo libero, le popolazioni residenti delle grandi città la

---

<sup>62</sup> *Città, popolazioni, politiche* op.cit, p. 129

abbandonano, allo stesso tempo e per lo stesso motivo, affluiscono alla metropoli persone in cerca di nuove esperienze ricreative. Inoltre le metropoli si caratterizzano sempre più per la molteplice offerta di beni e di servizi pubblici e privati (di natura commerciale, culturale, sanitaria, etc.). Da questi tratti caratteristici va man mano definendosi la **metropoli di seconda generazione**. In questa nuova forma metropolitana agli abitanti e ai pendolari, si aggiunge una nuova popolazione, quella dei **consumatori metropolitani o city user**<sup>63</sup>.

Afferma Martinotti: «a queste tre popolazioni – abitanti, pendolari, consumatori – se ne aggiunge oggi una quarta, ancora numericamente limitata, ma di dimensioni crescenti, costituita da quanti si recano in città *per affari o scambi*», si tratta dei **metropolitan businessmen**. Questa è una popolazione che l'autore definisce di "esperti urbaniti": sono consumatori metropolitani che svolgono funzioni economiche attive, ovvero hanno consumi più qualificati. Il loro consumo è un mix di lavoro e leisure, di servizi di alto livello; la loro importanza economica impatta sulla metropoli influenzandone il funzionamento e la struttura morfologica. L'ulteriore sviluppo dei trasporti (sempre più economici) e la sempre più accentuata connotazione delle economie urbane come economie dei servizi e dell'informazione fa emergere una nuova forma urbana, quella della **metropoli di terza generazione**.

Popolazione	abitare	lavorare	Consumare
Abitanti	sì	Si/no	sì
Pendolari	no	sì	(sì)
City users	no	no	Sì
Business men	no	sì	sì

Martinotti -1993

Non si dà un'appartenenza "rigida" di un individuo a questi gruppi: si fa parte di gruppi diversi in luoghi e tempi diversi e talvolta nello stesso luogo.

<sup>63</sup> Cfr. Metropoli op. cit.

Ciascuna di queste quattro popolazioni “consuma” la città secondo delle modalità variabili: la metropoli tenderà sempre di più a dividersi tra coloro che abitano in città e quanti invece la usano, o meglio, ne consumano i servizi. Questa nuova articolazione non elimina, anzi, in un certo senso acuisce le conflittualità date dal rapporto “tra la nuova domanda di città e la natura dei soggetti che esprimono tale domanda”<sup>64</sup>.

Le popolazioni infatti sono caratterizzate da soggetti differenti che, pur non muovendo azioni collettive razionali data la loro natura aggregativa, sono comunque portatori di domande diverse.

Da una parte dunque si esprime la possibilità di includere nelle scelte di pianificazione urbana le esigenze di queste nuove popolazioni che influenzano la metropoli funzionalmente e territorialmente in modo assai profondo ma che sono prive di potere decisionale e politico (locale); dall'altra come tutte le popolazioni anche quella dei city users pone problemi di controllo e regolamentazione. Molti centri urbani trasformano morfologicamente e funzionalmente sotto l'impulso di questa nuova popolazione e sono molti i casi in cui usa la città e la consuma anche materialmente. Questo uso sempre più “intensivo” del territorio urbano dato dall'insieme delle interazioni tra le quattro popolazioni, fa emergere quindi problemi di governance e di gestione dei conflitti.

«Sul totale della popolazione che gravita sulla città la proporzione di popolazione che la *usa* ma non ne è *responsabile*, tende ad aumentare e forse finirà per prevalere anche numericamente sull'insieme della popolazione che usa la città ma la *abita* anche e quindi ne è responsabile: per esempio pagando le tasse o eleggendo i suoi amministratori<sup>65</sup>»

Questi nuovi ed emergenti conflitti, ad esempio, sono di natura fiscale per quanto riguarda il mantenimento dell'efficienza di alcuni servizi; questi, infatti, seppur fruiti dal flusso di tutte le popolazioni metropolitane, fanno gravare il loro costo di gestione esclusivamente sulla popolazione degli abitanti.

Concludendo, si può affermare che questi conflitti e questi flussi vanno estesi e declinati ormai su scala globale, se si interpretano, come vedremo, le città come hub di una rete di sistemi urbani complessa quanto ultra-multi-nazionale.

Quella che sta nascendo e che avrà sempre più impatto sul tessuto e sulla morfologia urbana è la nascita di una **nuova classe media internazionale** “che si muove molto

---

<sup>64</sup> *Immagini di città* op. cit. p. 23

<sup>65</sup> *Metropoli* op.cit. p. 166

rapidamente da una parte all'altra del globo, ma che dovunque richiede più o meno le medesime cose (...) sono persone che vivono tra le città più che nelle città<sup>66</sup>". Probabilmente è su questo nuovo ceto medio globalizzato e globalizzante, dotato di una capacità di spesa medio-alta, soprattutto per l'acquisto di merci culturali, che bisogna indagare nell'ottica della ricerca sociale, accontentare dal punto di vista dei servizi (turistici e non solo), e inseguire nella prospettiva del marketing urbano:

"Dai dipendenti della city londinese agli ingegneri finlandesi o indiani, dai pubblicitari parigini ai legali degli studi newyorkesi, dalla gente dello spettacolo televisivo e cinematografico californiano ai finanziari spagnoli o olandesi, dai biotecnologi agli informatici, si è formato un nuovo ceto medio internazionale che fa della conoscenza scientifica/culturale una risorsa distintiva<sup>67</sup>".

Un'evoluzione del modello di Martinotti, elaborata a aggiungendo un'altra attività ("perdere tempo", volendo indicare le attività piacevoli, ovvero il *loisir*) amplifica la tipologia di popolazioni metropolitane osservabili.

	<b>A</b>	<b>L</b>	<b>C</b>	<b>P</b>	<b>Popolazione</b>
1.	S	S	S	S	Residenti tradizionali
2.	S	S	S	N	Residenti giovanili
3.	S	S	N	S	Residenti da centro commerciale
4.	S	S	N	N	Residenti estranei
5.	S	N	S	S	Pendolari tradizionali
6.	S	N	S	N	Pendolari giovanili
7.	S	N	N	S	Pendolari da centro commerciale
8.	S	N	N	N	Pendolari sradicati
9.	N	S	S	S	Turisti d'affari o di studio Businessmen turista
10.	N	S	S	N	Businessmen tradizionale
11.	N	S	N	S	Turista d'albergo intern.//Businessman intern.
12.	N	S	N	N	Businessman goal oriented
13.	N	N	S	S	Turisti classici // City Users
14.	N	N	S	N	City Users Acquirenti
15.	N	N	N	S	Escursionisti City Users voyeuristi
16.	N	N	N	N	City Users degli uffici

<sup>66</sup> Martinotti 170

<sup>67</sup> Costa N., *La città ospitale. Come avviare un Sistema turistico locale di successo*, Mondadori, 2008, p.30

### 2.2.5 La Città delle Reti

C'è un filo rosso, anzi tanti fili di tanti colori diversi, che connettono le varie parti della presente ricerca; i rimandi teorici hanno tessuto una trama fitta, ma, come spesso accade è la *serendipity* che a volte fa il resto, creando connessioni anche non previste.

Questo paragrafo mutua il suo titolo da un libro di Manuel Castells<sup>68</sup>: a curarne l'introduzione, è stato Guido Martinotti, sociologo urbano della cui opera (soprattutto del modello delle quattro popolazioni metropolitane) si è già parlato ampiamente nel precedente paragrafo. Questa "introduzione" potrebbe essere letta come metafora di un passaggio (che è appunto continuità) tra gli argomenti precedentemente trattati e quello che viene qui introdotto.

Parlare di rete significa riferirsi talora a una forma, a una struttura, altre volte a un paradigma, un medium; e poi c'è la "Rete" per antonomasia, Internet.

Martinotti introducendo il pensiero di Castells parla della rete come una "rivoluzione subdola e profonda". Egli si riferisce in particolar modo alla diffusione di Internet e ne sottolinea sinteticamente quanto efficacemente i due tratti fondamentali: la pericolosità celata nell'inganno di una falsa promessa democratica, e, allo stesso tempo, le possibilità che essa dispiega di un cambiamento sociale, politico, economico, culturale, profondo.

Ma ciò da cui ci interessa partire è la visione di Castells delle trasformazioni sociali in corso, che Martinotti stesso ripropone citando la conclusione del primo volume della trilogia *The Information Age* di Castells ovvero *The Rise of the Network Society* (La nascita della società in rete 1996), in cui il sociologo spagnolo afferma che:

«Le funzioni e i processi dominanti nell'Età dell'informazione sono sempre più organizzati intorno a reti. Le reti costituiscono la nuova morfologia sociale delle nostre società e la diffusione della logica di rete modifica in modo sostanziale l'operare e i risultati dei processi di produzione, esperienza, potere e cultura. Sebbene la forma di organizzazione sociale a rete sia esistita in altri tempi e in altri spazi, il nuovo paradigma della tecnologia dell'informazione fornisce la base materiale per la sua espansione pervasiva attraverso l'intera struttura sociale. Inoltre, a mio avviso, la logica di rete induce una determinazione sociale di livello superiore rispetto a quello degli interessi sociali specifici espressi nelle reti: il potere dei flussi afferma la sua priorità sui flussi del potere. La presenza o l'assenza all'interno di una rete e le dinamiche di ciascuna rete nei confronti delle altre rappresentano fonti critiche del dominio e del cambiamento della nostra società: una

---

<sup>68</sup> Castells M., *La città delle reti* Marsilio, Venezia, 2004,

società che, pertanto, può essere a ragione definita società in rete, caratterizzata dalla preminenza della morfologia sociale rispetto all'azione sociale». (pag. 40)

Tecnicamente una rete è un'insieme di nodi interconnessi; non esiste un centro ma elementi che si relazionano l'uno con l'altro. Una "Network society", ovvero una società che "funziona come una rete", sostituisce a un'impostazione sostanzialmente verticale e gerarchica delle burocrazie che hanno governato l'umanità per millenni, un'impostazione orizzontale. Come afferma Castells, le reti sono sempre esistite, ma le tecnologie di cui possono disporre (tecnologie elettroniche, Internet, tecnologie informatiche) rendono le reti molto più efficienti nel coordinare le loro attività simultanee e nel decentrare concretamente quello che sono in grado di fare.

Ma la "rete" come modello organizzativo, strutturale, relazionale funziona anche in riferimento alla città? Di sicuro una nuova tipologia di città emerge dalla nuova struttura sociale reticolare: si impone «una nuova geografia fatta di network e nodi urbani sparsi in tutto il mondo, in tutti i paesi. Una rete intra e intermetropolitana<sup>69</sup>»

L'economia globale, e la crescente urbanizzazione, hanno contribuito a dare vita a nuove forme spaziali della metropoli, quelle che Castells definisce «*regioni metropolitane*: costellazioni urbane dislocate in territori vastissimi, integrate funzionalmente e differenziate socialmente, disposte secondo le linee di una struttura multicentrica<sup>70</sup>».

La nuova forma urbana, della "*città informazionale*" è caratterizzata dal fatto di essere una *megalopoli* che integra città e paesi preesistenti.

Al processo altamente decentralizzante della "città diffusa", si contrappone la volontà di collegamento di tutti questi punti dispersi nel dilatato territorio urbano, attraverso un sistemi di trasporto e di comunicazione. Per Castells "viviamo in un pianeta fatto di unità spaziali molto grandi che sono collegate l'un l'altra, tra paese e paese e tra continente e continente, e questo collegamento si sta facendo sempre più stretto" e il mondo assomiglia sempre più ad un'unica grande megalopoli.

Dall'altra parte la preoccupazione è che la costituzione di "aree megametropolitane, senza nome, senza cultura, senza istituzioni" danneggi in qualche modo i meccanismi della responsabilità politica connessa alla cittadinanza; della partecipazione popolare legata

---

<sup>69</sup> Idem pag 51

<sup>70</sup> Ibidem

all'appartenenza comunitaria e territoriale, e possa minare la responsabilità istituzionale di un'amministrazione che deve essere efficiente.

Il nuovo concetto di metropoli, la sua nuova struttura, nasce da una rivoluzione socio-spaziale.

Castells afferma che nell'Era dell'informazione la trasformazione della città si organizza lungo tre direttrici bipolari. La prima ha a che fare con le funzioni, la seconda con il significato, la terza con la forma<sup>71</sup>. Innanzitutto la città si pone come collegamento tra globale e locale. In secondo luogo come mediatrice tra l'individualismo e il comunitarianismo, tra identità individuale e collettiva, colmando la frattura tra individuo e gruppo sociale. Infine, la città è strutturata da due forme spaziali diverse, *spazio fisico e spazio dei flussi*:

«lo spazio dei flussi stabilisce un collegamento elettronico tra luoghi fisicamente separati, creando un network interattivo di relazioni tra attività e individui a prescindere dallo specifico contesto di riferimento. Lo spazio fisico, invece, organizza le esperienze nei limiti della collocazione geografica. La metropoli non si annulla nelle reti virtuali: piuttosto si trasforma attraverso l'interazione tra comunicazione elettronica e relazioni fisiche, attraverso la combinazione di luogo e network<sup>72</sup>».

Luoghi fisici e flussi elettronici non sono su due piani distinti, ma sono in continua interazione tra loro. Questo vale anche per forme sociali: sono sempre più interconnesse le comunità costituite spazialmente con le comunità virtuali.

La nuova realtà urbana si struttura attraverso le interazioni tra ambiente fisico, struttura sociale e network elettronici.

### **2.2.6 Network e iperluoghi urbani**

Le caratteristiche principali del modello di società tipico dell'era dell'informazione, ovvero la *network society* (società delle reti, società in rete), individuate da Manuel Castells, sono strettamente connesse anche alla spazialità urbana: l'*informazione* come materia prima su cui agire, la *pervasività* delle tecnologie informative, la logica di networking, la flessibilità

---

<sup>71</sup> Idem 55-56

<sup>72</sup> Idem 57-58

legata all'interconnessione, la *convergenza* di tecnologie specifiche in un sistema integrato, la virtualità reale<sup>73</sup>.

«Per quanto riguarda la vita quotidiana nelle metropoli, è evidente che il contesto in cui oggi ci troviamo ad operare vede una presenza ogni giorno più pervasiva di apparecchiature deputate alla comunicazione elettronica. La nostra esistenza cittadina, come ha giustamente sottolineato Mitchell, è un'e-topia, una nuova realtà in incessante interazione, volontaria e non, con sistemi di informazione on line, e sempre più in modalità *wireless*. Lo spazio dei flussi è radicato nello spazio fisico, ma le due logiche sono profondamente diverse: l'esperienza on line e quella materiale hanno caratteristiche proprie. Il problema è dunque quello di arrivare a garantire un'adeguata articolazione tra i due sistemi<sup>74</sup>».

La spazialità, o meglio, l'iperspazialità urbana, è segno tangibile dell'interazione tra i vari livelli spaziali: reale/virtuale.

William J. Mitchell, l'architetto e urban designer del MIT citato da Castells, inquadra le città come "sistemi di sistemi" e, grazie alle nuove tecnologie digitali, profila l'opportunità di introdurre "sistemi nervosi digitali" (digital nervous systems) che potrebbero permettere l'integrazione di tutti i livelli del sistema. Sfruttando le possibilità della *global digital network* di interconnettere luoghi fisici e luoghi virtuali, si potrebbero far funzionare, coordinandoli, sistemi diversi, e integrare sistemi tecnologici in ambito urbanistico e logistico. Si potrebbero proporre città che siano sostenibili, ma anche economicamente, socialmente e culturalmente sviluppate, inserite in una rete globale connessa elettronicamente. Mitchell auspica la creazione di *e-topias*: "*cities that work smarter, not harder*<sup>75</sup>".

Si delinea un modello di città che, come abbiamo visto, funziona come un network, o meglio come un insieme di reti interconnesse: rete di macchine e rete di persone, dalla cui interazione si sviluppano reti di macchine + persone<sup>76</sup>.

Tra le reti di macchine fondamentali per il funzionamento del sistema c'è ovviamente Internet e le reti wireless, le quali, per quanto sprovviste di una architettura visibile, palesano il loro modello di rete attraverso i fenomeni di contatto e aggregazione sociale supportati dai dispositivi wireless.

---

<sup>73</sup> Cfr M. Castells, *The rise of the network society*, Blackwell publishers, 1996

<sup>74</sup> *La Città delle reti* op. cit. p. 59

<sup>75</sup> W. Mitchell, *E-topia*, Mit press paperback edition, 2000

<sup>76</sup> Cfr F. Comunello, *Reti nella rete. Teorie e definizioni tra tecnologie e società*, Edizioni Angelo Guerini e associati, Milano, 2006

L'invisibilità delle tecnologie è alla base del paradigma dell'*Ubiquitous Computing* (computer onnipresente) che consiste nella disseminazione, negli spazi urbani, di dispositivi di elaborazione totalmente integrati nell'ambiente e quindi non immediatamente visibili. Nella stessa direzione, ed ugualmente sul finire degli anni 80', si sono sviluppati sistemi di Realtà Aumentata: "*augmented space is the physical space overlaid with dynamically changing information. This information is likely to be in multimedia form and is often localized for each user*<sup>77</sup>". Lo spazio fisico viene potenziato attraverso la sovrapposizione di dati che ne estende la capacità informazionale, diventa così uno spazio *augmentato*. Come afferma Manovich la realtà aumentata è da intendere come pratica culturale ed estetica più che come tecnologia, ed arriva a comprendere quelle applicazioni simili che creano *Smart Places* attraverso, ad esempio, *sensor networks*, reti di sensori di piccole dimensioni che possono essere utilizzati per la sorveglianza e monitoraggio ambientale, oppure *tangible Interfaces* che permettono di trattare l'intero spazio fisico attorno all'utente come parte di una interfaccia uomo-computer (HCI), impiegando gli oggetti fisici come portatori di informazioni (come le *Smart tag*).

Dall'altro lato, le reti di persone, i cosiddetti *network sociali*, sono reticoli i cui nodi sono costituiti da attori sociali (individui o aggregati di soggetti), il cui modello teorico è stato elaborato all'interno della *social network analysis* che ha applicato la metafora della rete alla struttura sociale servendosi di un insieme di tecniche che si soffermano più sulle relazioni tra nodi che sulle caratteristiche dei singoli nodi.

Quando le relazioni sociali sono mediate dalle tecnologie (macchine) che abilitano, alimentano e supportano i reticoli sociali (persone), oppure, quando i nodi di un network sono rappresentati indifferentemente da macchine o da persone, si formano *reti di macchine + persone* il cui funzionamento è di gran lunga più complesso della semplice giustapposizione dei due elementi presi separatamente.

Howard Rheingold parla di "*Smart Mobs*"<sup>78</sup>, termine ambivalente utilizzato dall'autore con almeno due diversi significati. Si tratta dell'abbreviazione di "smart mobiles", ovvero telefoni cellulari intelligenti e, per estensione, dispositivi mobili capaci di connettersi a una

---

<sup>77</sup> Lev Manovich, *The Poetics of Augmented Space*, p. 2

<sup>78</sup> H. Rheingold, *Smart Mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2003

rete; ma indica anche “folla intelligente”, “moltitudine intelligente”, riferendosi agli effetti dell’uso di questi strumenti sui comportamenti e sui network sociali.

«Rete sociale significa che ogni individuo in una smart mob è un nodo, nel gergo della social network analysis, che ha collegamenti sociali, “link” (canali di comunicazione e rapporti sociali) con altre persone. I nodi e i collegamenti (“link”), gli elementi delle reti sociali costruite dagli esseri umani, sono anche gli elementi fondamentali delle reti di comunicazione fatte di fibre ottiche e di apparecchi senza fili – una delle ragioni per cui le nuove tecnologie di comunicazione rendono possibili profondi cambiamenti sociali<sup>79</sup>».

---

<sup>79</sup> Ivi pag. 274

***II PARTE - BEYOND THE DEFINITIONS OF  
SMART CITY: FINDING SMART PEOPLE***

### 3 SMART CITY NEED SMART PEOPLE

«Smart cities need smart people.

Se parliamo di smart city è importante che ci siano le persone preparate, perché le città le fanno le persone e non viceversa. Gli ingegneri creano sempre dei bei schemi poi a un certo punto c'è una linea che dice "persone"... eh no, bisogna partire da lì! Bisogna capire che la tecnologia va integrata nei contesti e nei rapporti sociali, nei comportamenti delle persone che sono complessi, rispondono a tanti desideri diversi. Bruno Latour descrive questo processo come "isciversi, abbonarsi, a un progetto": ci sono dei progetti a cui le persone si sono iscritte (ad esempio l'automobile privata) e altri invece a cui non si iscrivono e allora non funzionano.

Dobbiamo partire dai comportamenti individuali delle persone che devono essere coinvolte nei progetti (ad esempio quello del risparmio energetico) e interiorizzarli.<sup>80</sup>»

È a partire da queste semplici quanto efficaci parole di Guido Martinotti che prende le mosse la riflessione centrale del presente lavoro di ricerca, ovvero la volontà, all'interno del discorso sulle Smart cities, di mettere al centro le persone, focalizzarsi sui loro bisogni, comprendere ciò che li spinge a comportarsi in un modo piuttosto che in un altro, oppure ad "isciversi" ad un progetto o meno, coinvolgerle nella progettazione e nella realizzazione dei progetti stessi.

Questo approccio guiderà la discussione sul tema ormai paradigmatico delle città intelligenti:

- Il bisogno di un focus sulle persone all'interno del discorso sulla smart city:  
Partire da uno sguardo top-down sulle smart people, ovvero quello prescrittivo di chi progetta le città e ne definisce il prototipo di abitante, spesso senza considerare le infinite variabili connesse all'agire umano, per poi ribaltare la prospettiva in un'ottica bottom-up, dando spazio a chi vive la città e ne ridisegna gli spazi urbani e sociali quotidianamente attraverso le proprie pratiche;
- l'importanza dello sguardo sociologico, ovvero la necessità di osservare i fenomeni sociali in essere (quanto sui territori urbani che su scala globale) per comprenderne cause, effetti, relazioni, al fine di individuare pratiche individuali e sociali che possano innestarsi e favorire lo sviluppo di nuovi comportamenti in linea con gli obiettivi e l'insieme di valori che porta con sé il concetto di smart city: sostenibilità ambientale e sociale, inclusione, partecipazione, condivisione.

---

<sup>80</sup> Trascrizione di un'intervista a Guido Martinotti (2011) <https://www.youtube.com/watch?v=8Lz1GRg1cMg>

### 3.1 CITY SMARTNESS

Il discorso introduttivo sulla città svolto fin qui si è proposto lo scopo di restituire la cifra della complessità urbana e, allo stesso tempo, coglierne le peculiarità, intersezioni tra le varie dimensioni e sfaccettature.

Le città crescono in modo tanto rapido quanto disordinato, strabordando dai propri confini (*sprawl* urbano), inglobando territori e allo stesso tempo globalizzandoli, attraverso reti di spazi e di flussi interconnessi.

Il diritto Lefebvriano alla città, ovvero alla partecipazione e all'appropriazione, è oggetto di rivendicazione sempre più forte, e non solo da parte dei cittadini residenti, legittimi titolari di diritti, ma soprattutto da parte di chi, attraverso la sua presenza temporanea, *consuma* la città e usufruisce dei suoi servizi, degli spazi, delle *opportunities* che essa mette a disposizione. E' la popolazione dei *city user*, dei non- residenti, a ridisegnare le geografie urbane attraverso i suoi bisogni di mobilità.

Dalle teorie sulle trasformazioni sociali, economiche, e geopolitiche che investono la città contemporanea sono emersi dei modelli che, lungi dal riuscire a contenerne tutte le istanze, contribuiscono a definirla almeno in parte. Si è già accennato infatti a vari modelli- metafore di città: la *città globale* (Sassen, 1991), la *città liquida* (Bauman, 2000) la *città consumata* (Pezzini e Cervelli, 2006; Mazzette e Sgroi, 2007), la *città delle reti* (Castells, 2004), la *città sostenibile* (Beck 2000) e la *città ospitale* (Costa, 2008).

L'uso di metafore e immagini per descrivere le diverse concettualizzazioni e prospettive di ricerca sulla realtà urbana è un importante strumento euristico<sup>83</sup>. Nel lessico urbano abbondano metafore che hanno incontrato fortune alterne, alcune le abbiamo già citate. Alla luce delle forti spinte al cambiamento, e degli stravolgimenti urbani spesso tutt'altro che connotati positivamente (ad esempio i disastri ambientali, la ghettizzazione e l'emarginazione sociale, etc.) avvenuti a partire dagli anni '80 del XX secolo in ambito socio-culturale, ambientale, economico politico e soprattutto tecnologico, si sono registrati da più parti notevoli sforzi di ridefinizione della città a partire dalla sua *label*. Ed è così che si sono susseguite, e probabilmente continueranno a susseguirsi, diverse etichette legate alla parola "city"; solo per citarne qualcuna: *Digital, Intelligent, Ubiquitous, Wired, Hybrid, Informational, Creative, Learning, Humane, Knowledge*.

La forza del processo metaforico, ovvero del trasferimento di significato tra due parole,

sta nel sovvertimento del significato proprio di ogni termine e nella contaminazione del senso. Questo strumento conoscitivo è importante per andare a fondo del concetto di smart city in quanto metafora urbana della quale possiamo scomporre e ricomporre il significato a partire dalle sue componenti “smart” e “city”.

L’obiettivo è, dunque, provare a comprendere cosa essa contiene, le spinte teoriche e i processi culturali che l’hanno generata, come può essere definita, quali proprietà sono proprie della *smartness*. Dare una forma alla Smart city è uno degli strumenti che verranno utilizzati nel presente capitolo per delineare il profilo delle smart people.

### 3.1.1 Una questione terminologica

Il termine stesso che etichetta la visione di città al centro della nostra ricerca è uno dei suoi principali punti critici.

L’aggettivo **smart** è entrato nell’uso linguistico comune e in quello pubblicitario, è frequentemente adottato in riferimento a oggetti della vita quotidiana e spesso il rimando è al mondo delle potenzialità dispiegate dalle nuove tecnologie (si pensi allo *smartphone*). Ma anche in altri contesti, e soprattutto in riferimento a ciò che riguarda la città, “smart” è un termine ormai alla moda, adottato in qualsiasi contesto, tanto che Holland parla di Smart city come di un “urban labelling” phenomenon (Holland 2008).

In modo provocatorio, in un articolo dal titolo “Smart City or Smurfs City”, Murgante e Borruso (2014) affermano:

«Everything is smart such as in the Smurf world we have Smurf-Forest, Smurf-berry Smurf-strawberries, etc. It is very common in participation processes, smart participation, to find an interview to the major of a city or to the director of a journal called smart interview or to find the term smart questionnaire for paper form distributed to a sample of citizens<sup>81</sup>»

Come a dire che “se tutto è smart, allora niente è smart”, e così facendo anche la Smart city perde parte della sua carica linguistica e della sua legittimità semantica.

Ad ogni modo tracciare la genealogia dell’utilizzo dell’aggettivo smart in riferimento alla città è utile a comprendere il senso con cui esso viene utilizzato e ci permette di sottolineare fin da subito la centralità che dovrebbero assumere le persone in questo

---

<sup>81</sup> Murgante B., Borruso G. (2014) “Smart City or Smurfs City” p. 739

discorso. Innanzitutto, mutuando il termine dal linguaggio del marketing si introduce una prospettiva centrata sull'utente (Nam e Pardo 2011):

«Because of the need for appeal to a broader base of community members, smart serves better than the more elitist term intelligent. Smart is more user-friendly than intelligent, which is limited to having a quick mind and being responsive to feedback. Smart city is required to adapt itself to the user needs and to provide customized interfaces<sup>82</sup>».

L'aggettivo "smart" va inoltre ricondotto al concetto di *Smart Growth* diventato popolare negli Stati Uniti nel corso degli anni '90. Esso si riferisce ad una sequenza di politiche per la gestione della crescita dell'insediamento urbano ed exurbano e ad un insieme di principi per la progettazione. Smart Growth è anche un'idea di città, un modello di insediamento a cui tendere per offrire un'alternativa allo *sprawl*.

La costruzione della retorica *Smart Growth* sulla realtà urbana, e l'individuazione dello *sprawl* come antagonista, appare in continuità con la critica al modello di insediamento suburbano nata a cavallo dei '50 e '60. Questa *vision* è in qualche modo all'origine delle politiche smart che tentano, seguendo questa volontà di interrompere i modelli precedenti, di porsi come un nuovo modello di programmazione e gestione urbana, in grado di raggiungere gli obiettivi di uno sviluppo sostenibile unito alla crescita economica, e a una migliore qualità per i suoi cittadini (Nam e Pardo 2011).

Infine il termine "smart" rimanda ovviamente anche al contesto tecnologico, all'idea che le nuove tecnologie siano permeate in ogni ambito della vita quotidiana attraverso prodotti e servizi intelligenti. I dispositivi e i sistemi delle ICT sono sempre più "pensanti" e proattivi, ovvero in grado di auto-configurarsi, ottimizzare i processi in modo automatico, operare delle scelte.

Nel termine "smart", quindi, è già possibile intravedere le 3 dimensioni fondamentali del modello Smart city ovvero:

- la centralità della prospettiva e dei bisogni delle persone;
- la volontà di segnare una discontinuità con le precedenti strategie di governance locale e nazionale;

---

<sup>82</sup> Nam T., Pardo T., *Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions*. In Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times. ACM, 2011. p. 282-291. p. 288

- l'importanza delle tecnologie abilitanti;

Se si vuole, invece, ricercare un'origine del termine *Smart City* se ne può trovare traccia per la prima volta negli anni Novanta. Ad esempio nel libro *The Technopolis Phenomenon: Smart Cities, Fast Systems, Global Networks* ad opera di un gruppo di studiosi americani<sup>83</sup>. Questi sottolineavano come lo sviluppo urbano iniziava pian piano a gravitare attorno alla tecnologia, all'innovazione e alla globalizzazione.

Era proprio in quegli anni infatti, che nei paesi occidentali si cominciava ad avvertire e/o a immaginare il potente impatto che il recente sviluppo delle Information and Communication Technologies (ICT) poteva avere sulle città: il nuovo complesso rapporto tra città e nuovi mezzi di comunicazione stava dando vita a una varietà di metafore urbane e definizioni di città (vedi fig. 1).

Figura 1 La metafora della città contemporanea (fonte Graham e Marvin, 2002)

La "città invisibile" (Batty, 1990)
La "città informazionale" (Castells, 1989)
La "metropoli debole" (Dematteis, 1988)
La "città cablata" (Dutton et al., 1987)
La "telecittà" (Fathy, 1991)
La "città nell'era elettronica" (Harris, 1987)
La "città dell'informazione" (Hepworth, 1987)
La "città fondata sulla conoscenza" (Knight, 1989)
La "città intelligente" (Laterrasse, 1992)
La "città vistuale" (Martin, 1978)
"Comunità elettroniche" (Poster, 1990)
"Comunità senza frontiere" (Pool, 1980)
"Cottage elettronico" (Toffler, 1981)
Città come "spazi elettronici" (Robins e Hepworth, 1988)
La "città sovrapposta" (Virilio, 1987)
La "flessicittà" (Hillman, 1993)
La "Comunità Virtuale" (Rheingold, 1994)
"Teletopia" (Pioruski, 1991)
"Cyberville" (Von Shuber, 1994)

<sup>83</sup> Gibson, David V., George Kozmetsky, and Raymond W. Smilor, eds. *The technopolis phenomenon: Smart cities, fast systems, global networks*. Rowman & Littlefield, 1992.

Per tutti gli anni Novanta, fino ad arrivare agli inizi degli anni Duemila, il rapporto tra le nuove tecnologie delle telecomunicazioni e la città è stato profondamente caratterizzato da un approccio deterministico che, come si vedrà in seguito, è stato trasposto integralmente nelle prime teorizzazioni del concetto di smart city. In quella fase i cambiamenti urbani sono spesso visti come determinati ai cambiamenti tecnologici secondo una semplice relazione causa-effetto. Ovviamente i meccanismi di mutamento urbano e sociale influenzato dalle nuove tecnologie sono molto più complessi, come ben presto ebbero a convenire in molti.

«Il modello della città-computer nella quale ogni flusso sarebbe controllato da un centro informazioni, non solo è inaccettabile come concetto, a è anche irrealistico rispetto alla complessità intrinseca dei sistemi urbani. Ciò non significa che il processo di computerizzazione dei sistemi urbani non fornisca soluzioni parziali al problema. Ma il concetto di "città intelligente" implica almeno che dovremmo essere capaci di immaginare una alternativa al Grande Fratello di 1984 di Orwell... resta il fatto che questo processo si trova tuttora in uno stadio embrionale, ed è quindi difficile da formalizzare; è sempre più diviso in comparti, laddove il concetto di città intelligente presuppone processi trasversali e globalizzanti.

Inoltre, rispetto a quali funzioni, a quali risultati finali dovremmo ottimizzare il sistema città che è per sua natura multifunzionale, multi-agente, multi-criterio, al punto che la stessa nozione di ottimizzazione si rivela un problema?<sup>84</sup>»

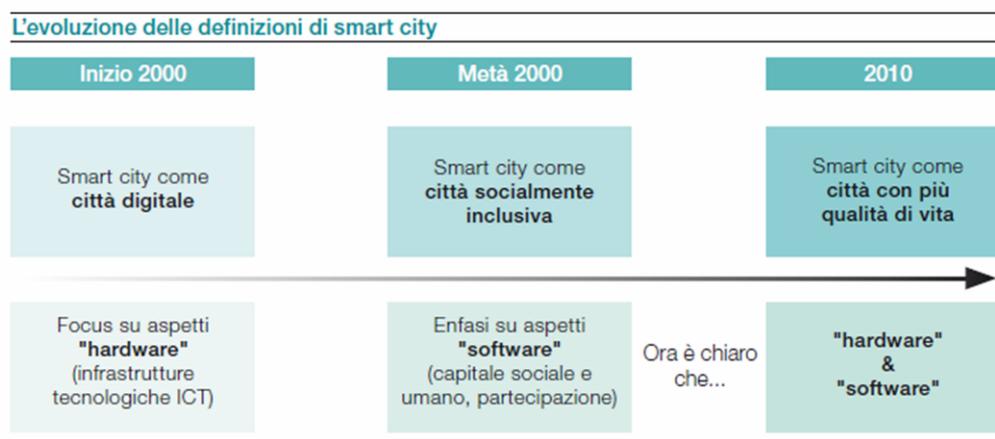
Tra gli inizi degli anni Duemila e la metà del primo decennio, l'attenzione si sposta dalla dimensione dell'hardware a quella del software (vedi fig. 2).

Alla tipica prevalenza dell'approccio ingegneristico e architettonico che si concentra sull'hardware, ovvero sul capitale fisico, sulle infrastrutture materiali dell'ambiente urbano, l'urbanista visionario Charles Landry oppone un approccio fondato su valori meno tangibili, più umani, come la centralità della comunicazione della conoscenza e la complessità delle infrastrutture sociali la cui solidità è alla base della competitività urbana.

---

<sup>84</sup> Laterasse j. 1992, *The intelligent city, utopia o tomorrow's reality?* in F.Rowe E P.Veltz (a cura di), *telecom, companies, territories*, parigi:presses, p. 7

Figura 2 Evoluzione delle definizioni di Smart city



Fonte: *The European House – Ambrosetti*, 2012 part 2, p. 6

Quella da lui immaginata è una *città creativa* in cui le arti, gli aspetti culturali, il capitale intellettuale e sociale, debbano essere meglio integrati nel processo di pianificazione per lo sviluppo della città stessa; in cui l'azione e il pensiero creativo possano, attraverso l'innovazione, affrontare e risolvere le problematiche di gestione della vita urbana.

L'importanza data all'“urban software”, such as identity, social development or network dynamics<sup>85</sup> sottolinea la necessità di un equilibrio e una combinazione tra la parte *hardware* (fisica, economica, infrastrutturale) della città e quella *software*, il prodotto delle dinamiche umane del luogo, delle connessioni e relazioni che si instaurano tra i diversi attori sociali.

Successivamente si fa strada una visione della città come strutturata su diversi *layer*, o meglio, su network strutturati su livelli che appoggiano uno sull'altro, siano essi costituiti da nodi di persone o oggetti.

William J. Mitchell, architetto e urban designer, che nel 2003 crea lo *Smart Cities program* presso il MIT Media Lab, propone una città fatta da *sistemi di sistemi*.

Per Mitchell, grazie alle nuove tecnologie digitali, si avrebbe l'opportunità di introdurre “sistemi nervosi digitali” (*digital nervous systems*) che potrebbero permettere l'integrazione di tutti i livelli del sistema, da quello dei singoli dispositivi a quello degli edifici, e infine a città complete e regioni urbane. L'autore auspica la creazione di *e-topias* ovvero “*cities that work smarter, not harder*”: sfruttando le possibilità della *global*

<sup>85</sup> Charles Landry, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* p.47

*digital network* di interconnettere luoghi fisici e luoghi virtuali, e integrare sistemi tecnologici in ambito urbanistico e logistico, egli immagina la possibilità di proporre città che siano sostenibili, ma anche economicamente, socialmente e culturalmente sviluppate, inserite in una rete globale connessa elettronicamente.

Questa breve introduzione alla Smart city attraverso una prospettiva diacronica è necessaria a comprendere innanzitutto l'eterogeneità delle definizioni proposte, strutturate in un arco temporale lungo vent'anni o più, e provenienti da ambienti molti diversi (fonti istituzionali e accademiche, imprese etc.).

### 3.1.2 (Un)Defining the Smart city

Uno dei limiti più grandi del modello della "smart city" risiede nell'impossibilità di trovarne una definizione puntuale e soprattutto condivisa. Molte sono state le definizioni operative fornite negli anni, fornite a diversi livelli da diversi soggetti, ma concetto di smart city si è rivelato essere un concetto decisamente "fuzzy".

Così il concetto rischia di perdere la sua consistenza e, conseguentemente, il suo impatto sulla realtà. Di seguito vengono presentate alcune delle definizioni più citate nella letteratura sulle Smart cities:

Hall, R. E. (2000).  
*The vision of a smart city*

«A city that monitors and integrates conditions of all of its critical infrastructures, including roads, bridges, tunnels, rails, subways, airports, seaports, communications, water, power, even major buildings, can better optimize its resources, plan its preventive maintenance activities, and monitor security aspects while maximizing services to its citizens»

Partridge, H. (2004).  
*Developing a human perspective to the digital divide in the smart city.*

«A city where the ICT strengthen the freedom of speech and the accessibility to public information and services»

Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovi N., & Meijers, E. (2007). *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities. Vienna, Austria: Centre of Regional Science (SRF), Vienna University of Technology*

«A city well performing in a forward-looking way in economy, people, governance, mobility, environment, and living, built on the smart combination of endowments and activities of self-decisive, independent and aware citizens»

Rios, P. (2008). Creating "the smart city".

«A city that gives inspiration, shares culture, knowledge, and life, a city that motivates its inhabitants to create and flourish in their own lives»

Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & Williams, P. (2010). *Foundations for Smarter Cities. IBM Journal of Research and Development*

«An instrumented, interconnected, and intelligent city. *Instrumentation* enables the capture and integration of live real-world data through the use of sensors, kiosks, meters, personal devices, appliances, cameras, smart phones, implanted medical devices, the web, and other similar data-acquisition systems, including social networks as networks of human sensors. *Interconnected* means the integration of those data into an enterprise computing platform and the communication of such information among the various city services. *Intelligent* refers to the inclusion of complex analytics, modeling, optimization, and visualization in the operational business processes to make better operational decisions»

Washburn, D., Sindhu, U., Balaouras, S., Dines, R. A., Hayes, N. M., & Nelson, L. E. (2010). *Helping CIOs Understand "Smart City" Initiatives: Defining the Smart City, Its Drivers, and the Role of the CIO.*

«The use of Smart Computing technologies to make the critical infrastructure components and services of a city – which include city administration, education, healthcare, public safety, real estate, transportation, and utilities – more intelligent, interconnected, and efficient»

Toppeta D. (2010). *The Smart City Vision: How Innovation and ICT Can Build Smart*

«A city “combining ICT and Web 2.0 technology with other organizational, design and planning efforts to dematerialize and speed up bureaucratic processes and help to identify new, innovative solutions to city management complexity, in order to improve sustainability and liveability»

Nijkamp P., Lombardi P., Giordano S., Caragliu A., Del Bo C., Deakin M., Kourtit K. (2011), *An Advanced Triple-Helix Network Model for Smart Cities performance*

*«... the city is called "smart" when investments in human and social capital and traditional and modern communication infrastructure fuel sustainable economic growth and a high quality of life, with a wise management of natural resources, through participatory governance. Furthermore, cities can become "smart" if universities and industry support government's investment in the development of such infrastructures»*

Lombardi P. et al.(2012), *Modelling the smart city performance,*

«A smart city therefore has smart inhabitants in terms of their educational grade. In addition, the term is referred to the relation between the city government administration and its citizens. Good governance or smart governance is often referred to as the use of new channels of communication for the citizens, e.g. “e-governance” or “e-democracy»

Più che soffermarsi sull'enumerazione e l'analisi delle singole definizioni, è utile individuare i diversi approcci al discorso della Smart city dai quali scaturiscono visioni eterogenee, e inevitabilmente parziali. A seconda degli ambiti, il concetto di *smartness* assume diverse declinazioni (De Luca, 2012).

La molteplicità degli attributi, dei significati e delle finalità ascritte alla città intelligente dipendono, infatti, dal "soggetto narrante", e i discorsi, visti come "atti linguistici", diventano vere e proprie azioni, animate da intenzioni diverse (sostenere, comunicare, annunciare, consigliare, promettere, ma anche minacciare, asserire, ordinare, prescrivere).

Le narrazioni sono strumenti che provocano degli effetti, promuovono valori, idee, e si innestano nelle dinamiche di influenzamento sociale.

Da un'analisi ampia dei discorsi e della letteratura prodotta sul tema delle smart city, si possono individuare 3 differenti tipi di narrazioni:

1. Narrazione istituzionale
2. Smart City come Corporate storytelling
3. Il dibattito accademico

### **3.1.2.1 Narrazione istituzionale**

Il discorso costruito dalle istituzioni politiche che inseriscono le proprie strategie di progettazione e pianificazione urbana, gestione delle infrastrutture e dei servizi, all'interno del *framework* Smart city.

E' possibile ritrovare questo tipo di strategie di *governance* e *policies* a livello globale, in territori e contesti politici, sociali, economici, molto diversi. I case studies di maggiore rilievo internazionale vanno dal continente Americano con Rio de Janeiro (Brasile), Medellín (Colombia), Orlando (U.S.), fino a quello asiatico con Singapore Smart City, Songdo (Corea del Sud), Pangyo (Corea del Nord), passando per il Medio Oriente con città come Masdar (Emirati Arabi) e Tel Aviv (Israele).

Un'attenzione diversa merita il contesto europeo le cui politiche di investimento nel processo di urbanizzazione in ottica "smart" sono state notevoli, con evidenti sforzi sia economici e che di pianificazione.

Per le istituzioni europee, il concetto di Smart city si lega soprattutto alla lotta all'inquinamento e, più in generale, alla strategia Europa 2020. L'interpretazione Europea delle Smart ciity non è così tecnocratica e univoca come quella dispiegata negli esempi delle Smart city asiatiche, queste ultime fondate prevalentemente sulla costruzione di città iper-tecnologiche e super-performanti.

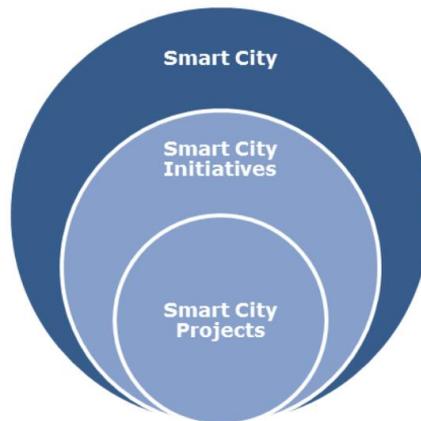
L'interesse verso i temi della *smartness* si diffonde in Europa a partire da una ricerca realizzata nel 2007 dal Politecnico di Vienna, il Politecnico di Delft e l'Università di Lubiana; il lavoro si proponeva di elaborare una nuova strategia di sviluppo per le città di media dimensione che devono fronteggiare la competitività globale. Da quel momento l'Ue a prendere parte al dibattito e, conseguentemente, incardina il tema nell'impianto programmatico e finanziario, prendendo a riferimento il modello di Smart city prodotto dalla ricerca di Giffinger et al. (2007). Questa impostazione porta con sé un'idea di città la cui intelligenza è "misurabile" in base a degli indicatori, una visione strettamente vincolata allo strumento del *ranking*. In questa prospettiva, infatti, ogni città europea può essere classificata attraverso dei parametri alla luce delle sue prestazioni.

La misurabilità diventa un *modus operandi* e prevede, oltre alla selezione degli indicatori, un'attenta analisi e verifica del successo degli elementi costituenti la smart city, ovvero le iniziative e i progetti che contribuiscono a definirla tale. Da questo punto di vista gli obiettivi una *successful city* devono essere in linea con la strategia *Europe2020*; le *successful initiatives* devono caratterizzarsi per obiettivi chiari allineati da una parte con quelli politici e dall'altra con la volontà di risoluzione di problemi esistenti, producendo risultati effettivi e in grado di essere imitati e scalabili all'interno del Smart city networks; infine un *project success* è definito in relazione alla misurazione effettiva del suo impatto rispetto specifici obiettivi da raggiungere (determinati dal contesto locale)<sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup> Manville, Catriona, et al. *Mapping smart cities in the EU*. 2014

Figura 3 La relazione tra Iniziative, Progetti e Città



Ma come confermano fonti ufficiali (Manville et al. 2014) più due terzi dei progetti sono ancora in fase di progettazione o fase pilota di testing, e quindi rimane sostanzialmente basso per ora il numero di iniziative compiute e di successo.

L'Unione Europea, dunque, pare individui nel movimento delle Smart City, sin dalla sua fase embrionale, il modello di successo per allinearsi con il tema dello sviluppo della città e con la pianificazione strategica di Europa2020.

**Europa 2020** è la strategia decennale dell'Unione europea per la crescita e l'occupazione. È stata varata nel 2010 per creare le condizioni favorevoli a una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.

Crescita **intelligente** significa migliorare le prestazioni dell'UE nei seguenti campi:

- **istruzione** (incoraggiare le persone ad apprendere, studiare ed aggiornare le loro competenze)
- **ricerca/innovazione** (creazione di nuovi prodotti/servizi in grado di stimolare la crescita e l'occupazione per affrontare le sfide della società)
- **società digitale** (uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione)

Crescita **sostenibile** significa:

- costruire un'**economia a basse emissioni di CO2 più competitiva**, capace di sfruttare le risorse in modo efficiente e sostenibile
- **tutelare l'ambiente**, ridurre le emissioni e prevenire la perdita di biodiversità
- servirsi del ruolo guida dell'Europa per sviluppare **nuove tecnologie e metodi di produzione verdi**

- introdurre **reti elettriche intelligenti ed efficienti**
- **sfruttare le reti su scala europea** per conferire alle nostre imprese (specie le piccole aziende industriali) un ulteriore vantaggio competitivo
- **migliorare l'ambiente in cui operano le imprese**, in particolare le piccole e medie (PMI)
- **aiutare i consumatori** a fare delle scelte informate.

Crescita **solidale** significa:

- aumentare il tasso di occupazione dell'UE con **un numero maggiore di lavori più qualificati**, specie per donne, giovani e lavoratori più anziani
- aiutare le persone di ogni età a prevedere e gestire il cambiamento investendo in **competenze e formazione**
- **modernizzare** i mercati del lavoro e i sistemi previdenziali
- garantire che i **benefici della crescita raggiungano tutte** le parti dell'UE

La responsabilità di agire non spetta solo ai governi. Per raggiungere gli obiettivi della strategia Europa 2020 serve la partecipazione di tutti:

- imprese
- sindacati
- organizzazioni non governative
- enti locali
- singoli cittadini

L'UE ha concordato **cinque obiettivi** quantitativi da realizzare entro la fine del 2020 che riguardano l'occupazione, la ricerca e lo sviluppo, il clima e l'energia, l'istruzione, l'integrazione sociale e la riduzione della povertà.

### 1. **Occupazione**

- Innalzamento al 75% del tasso di occupazione (per la fascia di età compresa tra i 20 e i 64 anni)

### 2. **R&S / innovazione**

- Aumento degli investimenti in ricerca e sviluppo ed innovazione al 3% del PIL dell'UE (pubblico e privato insieme)

### 3. **Cambiamenti climatici /energia**

- riduzione delle emissioni di gas serra del 20% (o persino del 30%, se le condizioni lo permettono) rispetto al 1990
- 20% del fabbisogno di energia ricavato da fonti rinnovabili
- aumento del 20% dell'efficienza energetica

#### 4. Istruzione

- riduzione degli abbandoni scolastici al di sotto del 10%
- aumento al 40% dei 30-34enni con un'istruzione universitaria

#### 5. Povertà / emarginazione

- almeno 20 milioni di persone a rischio o in situazione di povertà ed emarginazione in meno

Riassumendo, la visione istituzionale in ambito europeo individua 11 aree prioritarie istituite per sviluppare le smart city, in questa sede ci soffermeremo di seguito soprattutto sul “focus sui cittadini”.



### **3.1.2.2 Smart City come Corporate storytelling**

Un altro universo narrativo legato alla Smart city è quello delle grandi multinazionali. In questo ambito il concetto rappresenta una nuova opportunità di business tanto da diventare un vero e proprio brand per commercializzare prodotti innovativi e su cui costruire campagne di marketing.

Alcune tra le maggiori aziende mondiali (Philips, Cisco, Oracle, Samsung, IBM, Accenture, Siemens, GE, Mitsubishi, ABB per citarne alcune) investono sulla Smart city sia in termini di innovazione (di prodotti, per esempio) che di comunicazione (per esempio nelle strategie di marketing).

Come è stato già detto, i discorsi sono *performativi*, danno forma a immaginari e pratiche, e in questo contesto sono in grado di avere un concreto impatto sulla realtà, o meglio sulla città (ad es. attraverso l'implementazione di progetti) e su chi la abita (nelle azioni e scelte quotidiane). Se la narrazione politico-istituzionale utilizza il potere della narrazione per legittimare le proprie scelte e favorire il bene pubblico, nel caso del mondo delle multinazionali il racconto è una strategia comunicativa volta al profitto.

L'interesse prettamente economico delle *IT companies*, la cui spinta verso le città intelligenti è volta a incrementare il loro business, è stata analizzata con attenzione per l'impatto fortissimo che ha avuto a livello politico e sulla costruzione dell'immaginario afferente alle Smart city.

Innanzitutto queste narrative hanno contribuito a centrare il focus sulle tecnologie, sui dati e i software, e sulla necessità di tali tecnologie per realizzare le città "smart", oscurando altri aspetti.

La visione delle corporate intende le città intelligenti come basate su infrastrutture complesse controllate da sistemi operativi urbani (Staffans e Horelli, 2014). I pilastri su cui si basano sono:

- *l'ubiquitous connectivity*, ovvero la possibilità di essere connessi sempre e ovunque
- *le piattaforme collaborative*, in grado di gestirsi anche autonomamente

- *I geo-spatial layouts, l'Internet of things* che produce dati in real-time attraverso la possibilità di connettere un ampio numero di sensori alla rete e far elaborare i dati a sistemi di controllo)
- *Il social networking*

Un interessante studio (Söderström, Paasche, Klauser 2014) ha sottolineato come le IT companies private attraverso le loro “affabulazioni” abbiano posto degli imperativi morali e indirizzato così le istituzioni pubbliche a dare priorità alle ICT negli investimenti, presentandosi come un punto di passaggio obbligatorio per l’implementazione delle tecnologie nel tessuto urbano. Quando le risorse economiche disponibili sono limitate, questo intervento nei flussi di investimenti pubblici diventa ancora più critico e complesso.

Lo studio menzionato utilizza la campagna IBM<sup>87</sup> “Smarter planet” (partita nel 2008) come esempio del tentativo più articolato, da parte di un ente/*company*, di definire un modello di management urbano e di proporlo su scala globale.

«On 4 November 2011, the trademark ‘smarter cities’ was officially registered as belonging to IBM. This was an important milestone in a struggle between IT companies over visibility and legitimacy in the smart city market.<sup>88</sup>»

La campagna nasce quando l’IBM affronta un periodo di forti difficoltà finanziarie, e questo tipo di business gli ha permesso in pochi anni di occupare una posizione dominante in un mercato che la compagnia stessa ha contribuito a creare (insieme ad altri attori).

Dunque, la visione del futuro urbano delle *corporate* è stata in qualche modo dominante e ha però prodotto una spinta critica verso la necessità di esplorare delle visioni alternative di smart city:

---

<sup>87</sup> [http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter\\_cities/overview/](http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/overview/)

<sup>88</sup> Ola S., Paasche T., Klauser F., *Smart cities as corporate storytelling* in City 18.3 (2014): 307-320.

«This alternative smart city exists. It is made up of myriads of initiatives where technology is used to empower community networks, to monitor equal access to urban infrastructures or scale up new forms of sustainable living<sup>89</sup>.»

La necessità di un progetto di “alternative storytelling” sulle smart city è stata presa in carico, come vedremo di seguito, dal mondo accademico.

### **3.1.2.3 Il dibattito accademico**

Gli studi e ricerche accademiche sulle Smart city si sono concentrate soprattutto su due ambiti principali:

- *studi focalizzati sullo sviluppo tecnologico*, con l’obiettivo di sviluppare tecnologie e soluzioni smart per le città (Fishedick 2012; Paskaleva 2011; Rat-Fischer et al. 2012; Streitz 2011);
- *studi che hanno tentato di definire operativamente la Smart city*, individuandone il *core* nello sviluppo delle infrastrutture delle ICT, l’utilizzo di tecnologie per ottimizzare i processi e l’efficienza amministrativa (es. e-governance) e trovare soluzioni a diverse necessità di gestione (es. *Smart card* per I trasporti pubblici), (Allwinkle and Cruickshank 2011; Caragliu *et al.* 2011; Deakin 2014; Deakin and Al Waer 2011; Kuk and Janssen 2011; Schaffers *et al.* 2011)

Il *Massachusset Institute of Technology (MIT)* di Boston, una delle più importanti università di ricerca nel mondo, ha contribuito alla concettualizzazione della Smart city attraverso l’innovazione tecnologica e il design in alcune specifiche aree d’intervento (mobilità, spazi pubblici, prototipi) e, più in particolare, nella realizzazione di specifici prodotti (city car, scooter, ruote, infissi, componenti meccaniche ed elettroniche ecc.).

Il *Senseable City Lab*, istituito dal 2004 e diretto dall’architetto e ingegnere italiano Carlo Ratti, si concentra soprattutto sulla progettazione e sullo studio e l’analisi dei dati prodotti da quella che viene definita “real-time city”<sup>90</sup>: il numero sempre maggiore di

---

<sup>89</sup> idem

<sup>90</sup> <http://senseable.mit.edu/>

sensori e di dispositivi elettronici portatili (*pervasive computing*) permette di studiare le città e l'ambiente attraverso le tracce che questi dispositivi lasciano, consentendo un'analisi delle aree urbane radicalmente. Lo scopo delle ricerche condotte al *Senseable City Lab* è di poter elaborare questi dati in modo critico e poter ottimizzare i processi, gestire al meglio le risorse e anticipare gli eventi.

Rispetto a quello del MIT, l'approccio in ambito europeo ha mostrato una maggiore attenzione agli aspetti legati alla qualità della vita (housing, cultura, condizioni sociali e ambientali ecc.). La comunità scientifica europea si apre al tema delle smart city con la famosa ricerca dal titolo *Smart cities. Ranking of European medium-sized cities* (Giffinger et al., 2007). Essa rappresenta il primo tentativo strutturato di dare una forma definitoria a questo emergente organismo urbano, sebbene abbia legato la Smart city alla misurazione delle performance, elaborando un sistema di indicatori e di *ranking* che ha indirizzato il discorso sulle città intelligenti sempre più verso una sorta di competizione tra città.

La ricerca opera infatti una classificazione attraverso un *benchmarking* di 70 città europee di medie dimensioni. Ma oltre a questo propone una prospettiva olistica che abbracci diverse dimensioni:

- *smart economy*, dimensione che, nello schema degli autori, ha a che fare con lo spirito innovativo, l'imprenditorialità, la flessibilità del mercato del lavoro, l'internazionalizzazione e l'abilità di trasformarsi;
- *smart mobility*, relativa all'accessibilità locale e sovralocale, alla disponibilità di tecnologie ICT, alla sostenibilità e sicurezza dei sistemi di trasporto;
- *smart governance*, riferita alla partecipazione nei processi decisionali, alla trasparenza dei sistemi di governance, alla disponibilità di servizi pubblici e alla qualità delle strategie politiche;

- *smart environment* , intesa come attrattività delle condizioni naturali, assenza di inquinamento, gestione sostenibile delle risorse;
- *smart living*, riconducibile alla disponibilità di servizi culturali ed educativi, all'attrattività turistica, alla coesione sociale, alla salubrità ambientale, alla sicurezza individuale e abitativa;
- *SmartPeople*, collegabile alla qualificazione del capitale umano e sociale, alla sua flessibilità, creatività, tolleranza, ai caratteri di cosmopolitismo e di partecipazione nella vita pubblica.

Figura 4 Dimensioni e fattori della Smart city (Giffinger et al., 2007)

<p><b>SMART ECONOMY</b> (Competitiveness)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovative spirit</li> <li>▪ Entrepreneurship</li> <li>▪ Economic image &amp; trademarks</li> <li>▪ Productivity</li> <li>▪ Flexibility of labour market</li> <li>▪ International embeddedness</li> <li>▪ <i>Ability to transform</i></li> </ul>	<p><b>SMART PEOPLE</b> (Social and Human Capital)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Level of qualification</li> <li>▪ Affinity to life long learning</li> <li>▪ Social and ethnic plurality</li> <li>▪ Flexibility</li> <li>▪ Creativity</li> <li>▪ Cosmopolitanism/Open-mindedness</li> <li>▪ Participation in public life</li> </ul>
<p><b>SMART GOVERNANCE</b> (Participation)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participation in decision-making</li> <li>▪ Public and social services</li> <li>▪ Transparent governance</li> <li>▪ <i>Political strategies &amp; perspectives</i></li> </ul>	<p><b>SMART MOBILITY</b> (Transport and ICT)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Local accessibility</li> <li>▪ (Inter-)national accessibility</li> <li>▪ Availability of ICT-infrastructure</li> <li>▪ Sustainable, innovative and safe transport systems</li> </ul>
<p><b>SMART ENVIRONMENT</b> (Natural resources)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attractivity of natural conditions</li> <li>▪ Pollution</li> <li>▪ Environmental protection</li> <li>▪ Sustainable resource management</li> </ul>	<p><b>SMART LIVING</b> (Quality of life)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cultural facilities</li> <li>▪ Health conditions</li> <li>▪ Individual safety</li> <li>▪ Housing quality</li> <li>▪ Education facilities</li> <li>▪ Touristic attractivity</li> <li>▪ Social cohesion</li> </ul>

Molta letteratura prodotta in ambito accademico è ascrivibile alla narrazione dei modelli dominanti ovvero quello *corporate* e istituzionale (Hollands, 2014), rispettivamente orientati da un lato allo sviluppo tecnologico e dall'altro volti a ritrovare una definizione ampia, condivisa e *standard* di Smart city, unita alla costruzione di strumenti e metodi per l'analisi della *smartness* urbana.

Sebbene in misura minore, ma crescente negli anni, si è fatta largo una narrazione "critica" e "human centred", che ha permesso di andare oltre al self-advertisement delle *IT companies* e dei governi locali (Söderström, Paasche, Klauser 2014), contribuendo a spostare l'attenzione verso i principi fondamentali e le idee che sottostanno al modello della Smart city. Pur restando un ambito di ricerca ancora poco battuto, questa è una prospettiva fondamentale nel presente lavoro.

E' infatti soprattutto grazie al contributo della ricerca nell'ambito delle scienze sociali, e in particolar modo degli *Urban Studies*, che si è riusciti ad affrancare il concetto di Smart city dal determinismo tecnologico a cui era radicato (influenzato dalle elaborazioni istituzionali e delle *corporate*), dando maggiore spazio alla dimensione dello *human and social capital*.

Tra i primi studi a focalizzarsi sull'importanza del capitale umano all'interno del modello Smart city vi è la ricerca di Shapiro (Shapiro, 2008) il quale dimostra la correlazione positiva tra la concentrazione di *high human capital* e la crescita in termini di produttività e qualità della vita in tali aree metropolitane.

Allo stesso modo altri ricercatori (Caragliu et al. 2011) fanno dipendere una buona performance urbana non solo dal capitale fisico, ovvero le infrastrutture materiali disponibili, ma anche e sempre di più, dalla qualità della *knowledge communication* e delle infrastrutture sociali, affermando:

«We believe a city to be smart when *investments in human and social capital and traditional (transport) and modern (ICT) communication infrastructure fuel sustainable*

*economic growth and a high quality of life, with a wise management of natural resources, through participatory governance*<sup>91</sup>.»

La definizione è utile a individuare, o meglio riassumere e ribadire, le 3 caratteristiche alla base di una Smart city: ***digital innovation, human capital and environmental sustainability***.

In questa ricerca, circoscritta all'Europa, gli autori sottolineano come il concetto di Smart city sia diventato abbastanza *fashionable* nell'arena politica europea degli ultimi anni. Le ragioni sono soprattutto economiche, in quanto ogni progetto che rimanda all'urbanizzazione "smart" permette di accedere a una quantità di fondi che spesso sarebbero impensabili per i governi locali. Le strategie politiche di investimento, però, si sono focalizzate soprattutto sul ruolo delle infrastrutture ICT a scapito di altri aspetti altrettanto importanti per lo sviluppo, come quelli centrati sul ruolo fondamentale delle persone (*human capital/education, social and relational capital and environmental interest*).

Per concettualizzare la Smart city, si è pervenuti negli anni all'elaborazione di framework che integrassero sempre maggiori variabili e dimensioni.

Leydesdorff & Deakin (2011) introducono il modello a "tripla elica" che individua tre dinamiche strutturali interrelate nella costituzione della città intelligente: il capitale intellettuale delle università, la creazione di ricchezza delle industrie e il governo democratico della società civile. Accanto a questi attori, ovvero università, industria e governo, Lombardi et al. (2011) ne aggiungono un altro, una quarta elica, la società civile:

"this advanced model presupposes that the four helices operate in a complex urban environment, where civic involvement, along with cultural and social capital endowments, shape the relationships between the traditional helices of university,

---

<sup>91</sup> Caragliu *Smart cities in Europe*, 2011 op. cit. p. 50

industry and government. The interplay between these actors and forces determines the success of a city in moving on a smart development path<sup>92</sup>.»

Nam e Pardo (2011) suggeriscono invece che i *core components* del concetto di smart city, ovvero ciò che rende, distingue e caratterizza una città smart, vanno rintracciati in tre categorie di fattori principali: **technology** (infrastructures of hardware and software), **people** (creativity, diversity, and education), e **institution** (governance and policy).

Il fattore tecnologico è strategico per una smart city, perché l'uso delle ICT trasforma la vita all'interno della città, ma le infrastrutture tecnologiche sono una condizione necessaria ma non sufficiente a renderla effettivamente più efficiente e funzionale se non vi è il coinvolgimento di altri attori come le istituzioni, il settore privato, i cittadini. Inoltre spesso gli studi sulle città smart hanno riguardato semplicemente le iniziative di implementazione di servizi high-tech senza valutarne le ricadute in termini di effettivo utilizzo.

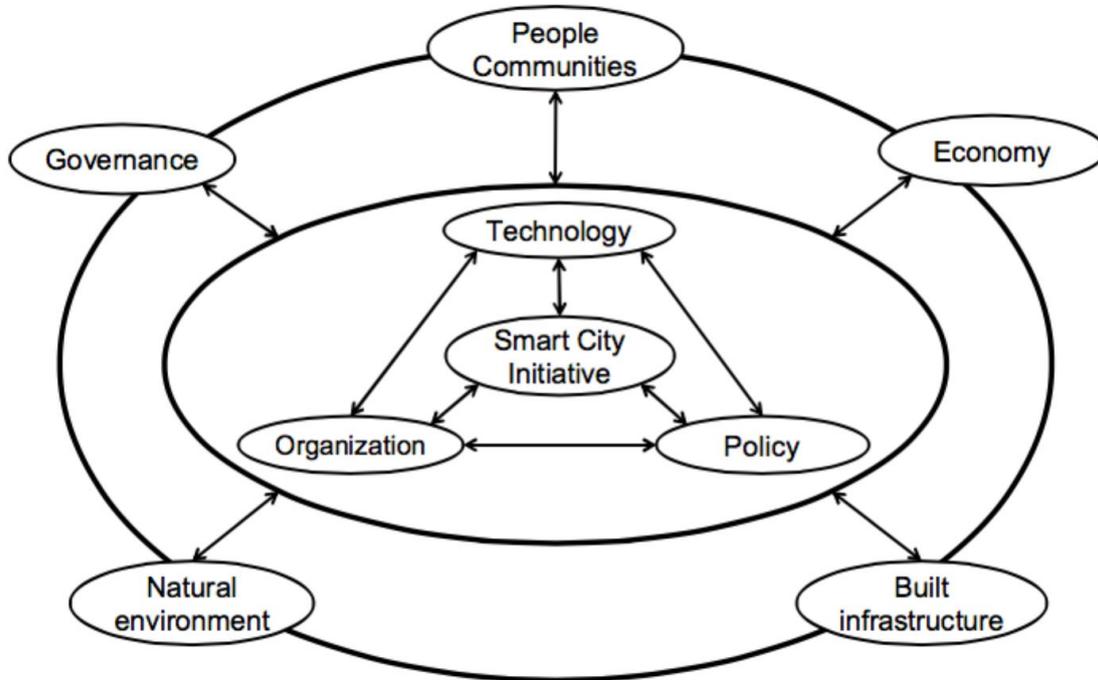
Chourabi et al. (2012), introducono 8 cluster di fattori: (1) management and organization, (2) technology, (3) governance, (4) policy, (5) people and communities, (6) the economy, (7) built infrastructure, and (8) the natural environment.”

Questi elementi non sono scissi, ma vanno considerati congiuntamente, devono essere interoperanti per far sì che un'iniziativa sia coerente con il framework e la visione di riferimento.

---

<sup>92</sup> Leydesdorff L., & Deakin M., (2011). *The triple-helix model of smart cities: A new-evolutionary perspective*. Journal of urban Technology, 18(2): 53-63, p.8

Figura 5 Smart city initiatives framework (Chourabi et al. 2012)



Più recentemente le riflessioni e gli sforzi conoscitivo-interpretativi sembrano essere sempre più orientati verso una prospettiva *human-centred*, auspicando un *empowerment* e sostanziali cambiamenti nella sfera d’azione delle persone che vivono la città. Angelidou (2015) individua i seguenti *assets*:

- *Advancement of human capital*: citizen empowerment (informed, educated, and participatory citizens), intellectual capital and knowledge creation
- *Advancement of social capital*: social sustainability and digital inclusion
- *Behavioral change*: sense of agency and meaning (i.e. the feeling that we are all owners and equally responsible for our city)
- *Humane approach*: Technology responsive to needs, skills and interests of users, respecting their diversity and individuality” .

Una cosa è certa, la città è oggi più di sempre il luogo del cambiamento, della rivoluzione dell'abitare e del consumare, dei nuovi movimenti sociali urbani; basti pensare al movimento *#occupy*, alle forme di autogestione degli spazi culturali (si pensi ai tanti spazi occupati come teatri, cinema, etc.), ai GAS (gruppi di acquisto solidale), alle iniziative dal basso di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità ambientale e mobilità sostenibile (es. *critical mass*), e a favore dell'interculturalità e accoglienza degli immigrati (basti citare l'esperienza di Baobab a Roma). La città è il luogo di *hackaton*, fiere ed eventi internazionali, invasa dai *maker* come dai *cosplayer*, in un flusso continuo di riappropriazione e risemantizzazione degli spazi, che vede nella condivisione di conoscenza e idee (ma anche di beni e servizi) uno dei suoi valori fondanti.

Lo studio di questi fenomeni sociali deve interessarci, dobbiamo in qualche modo interpretarne le motivazioni e canalizzare queste spinte dal basso, coglierne le connessioni, affinché esse vengano incluse e integrate come fattore strategico in una nuova visione di città, sia essa etichettata come "smart" o meno.

Per chi scrive, uno degli elementi chiave è la necessità di mettere in comunicazione le due spinte propulsive di innovazione, "dal basso" e "dall'alto", spesso orientate verso gli stessi obiettivi, seppur mosse da diversi bisogni. Mettersi in ascolto di questi desideri, che frequentemente trovano spazio sulle piattaforme di social network sotto forma di tweet, post, video, commenti etc., è un'operazione che le istituzioni e le aziende non possono ignorare. La ricerca accademica ha il ruolo fondamentale di contribuire a investigare, analizzare e comprendere ciò che accade, per poi poter fornire delle indicazioni operative che siano in grado di fornire reali soluzioni ai problemi sociali, migliorare la vita quotidiana nelle città, e ridurre la complessità urbana, senza annullare le diversità (di genere, razza, status, etc.) ma integrandole e includendole.

### **3.1.3 Beyond the Smart city definitions: una narrazione critica**

A partire dal mondo accademico sono emerse molte critiche al fenomeno Smart city, da differenti punti di vista facendone emergere le contraddizioni, le resistenze, le

dinamiche di conflitto e negoziazione, il sistema subdolo di controllo e disciplinamento, l'approccio utopico.

Il tentativo di ripensare criticamente le implicazioni teoriche e pratiche della smart city è l'unico approccio in grado di dare consistenza al concetto stesso di Smart city che può avvenire solo individuandone i limiti e superandone le contraddizioni pertanto facciamo nostra questa prospettiva come strumento conoscitivo.

Gli interrogativi che emergono circa le Smart city sono molteplici:

A quali bisogni la città intelligente deve rispondere? In che modo deve farlo? La smart city è davvero una visione coerente? Esistono delle contraddizioni? E' spinta da interessi economici e politici? Di quali innovazioni vi è oggi bisogno per rendere la città più sostenibile, vivibile, capace di rispondere alle esigenze dei suoi abitanti?

Nell'analisi della letteratura critica, sebbene non molto ampia, si possono ritrovare delle risposte a queste domande e, soprattutto, vengono affrontati gli aspetti che rappresentano le maggiori criticità nel modello/paradigma Smart city, e che spesso sono trasversali alle sue diverse narrazioni.

### **3.1.3.1 Smart city as a slogan**

Una delle prime e più riverberanti critiche alla Smart city è quella proveniente da Robert G. Hollands nel suo citatissimo articolo *Will the real smart city please stand up?* del 2008. Come sottolinea il titolo polemico del suo intervento, egli innanzitutto critica gli aspetti retorici e enfatici che si accompagnano al discorso delle smart cities. Hollands denuncia la debolezza del quadro definitorio come uno degli aspetti più problematici e rischiosi. Spesso le città si autodefiniscono "smart" ma senza definire o specificare quello che significa, utilizzando toni retorici inseriti in una precisa strategia di legittimazione degli interventi di pianificazione e gestione urbana. Il termine Smart city finisce dunque per diventare uno **slogan** che è di moda, e il cui utilizzo costituisce un valido strumento a supporto delle decisioni politiche e di investimento (Vanolo, 2013).

La Smart city sembra essenzialmente configurarsi come un “ombrello terminologico” sufficientemente generico e su cui è facile ottenere un vasto consenso: quale città, del resto, non vorrebbe essere intelligente? (De Luca, 2013).

### **3.1.3.2 Smart city as a Brand**

Il discorso sulla Smart city, soprattutto a livello istituzionale, sembra essere inserito nelle strategie di **marketing urbano** piuttosto che in quelle di effettiva risoluzione di problematiche locali.

Non bisogna dimenticare, infatti, che la concorrenza su scala globale delle città è data dalla possibilità di intercettare investimenti e migliorare la propria visibilità a discapito delle altre (ad es. per incrementare il turismo).

Le città competono per attrarre non solo investitori, ma anche *skilled workers* (Florida, 2002), turisti e eventi internazionali.

Pertanto il meccanismo di “labelling” spesso a che fare con un processo di brandizzazione più che con gli obiettivi di sviluppo e sostenibilità urbani.

La retorica della “città intelligente” funziona molto di più nel vedere la città nel mercato delle città globali, che non effettivamente affrontare e risolvere le diseguaglianze urbane.

«In the era of global goods, people and information flow, the ever existing competition among cities is becoming more intense. Cities compete to attract highly mobile citizens and skilled workers (Florida, 2002), investors, tourists, and international events.

On the whole, governments will have to offer improved and customizable services in order to attract and sustain vital recourses» (Wiig 2015)

### **3.1.3.3 Smart city as a standard**

Uno dei rischi insiti nel concetto di smart city è quello della spinta alla **standardizzazione** delle città, ovvero la possibilità che non si tenga conto delle loro differenze storico-culturali, sociali, territoriali.

Questa criticità emerge soprattutto attraverso l'utilizzo dello strumento del *ranking*. L'operazione di classificazione, e l'individuazione di set di indicatori, è trasversale ed è frequentemente ritrovabile sia nelle ricerche istituzionali, sia in quelle provenienti dall'accademia o dai soggetti privati. Il punto è che non sempre, grazie e/o a causa delle loro specificità socio-culturali e territoriali, le città possono essere messe a confronto. Le classifiche, siano esse nazionali e internazionali, contribuiscono, inoltre, a favorire il meccanismo competitivo tra realtà urbane diverse, a scapito della valorizzazione delle proprie specificità. Ogni città dovrebbe forse seguire la propria *smartness strategy* dando importanza alla dimensione locale, e al contesto socio-economico e culturale (Neirotti et al. 2014).

#### **3.1.3.4 Smart city as techno-utopia**

Uno dei principi cardine nelle diverse narrazioni sulla smart city è l'importanza strategica delle *Information and Communication Technologies* (ICT). Le nuove tecnologie sono proposte come risoltrici, strumenti senza i quali sarebbe impossibile il miglioramento delle performance urbane e ottimizzazione dei processi nelle diverse dimensioni: energia, economia, infrastrutture, mobilità, partecipazione etc.

Molto spesso quindi ciò che guida il modello è la logica *data-driven* e i benefici che questa potrebbe apportare nella gestione delle risorse e conseguentemente nella vita delle persone. Come evidenziano tra gli altri Shepard e Simeti (2013) questo approccio è problematico nella misura in cui propone una **visione tecnocratica** della città e dello sviluppo urbano e favorisce la dipendenza della gestione delle amministrazioni cittadine dai software proprietari, attuando una sorta di blocco tecnologico.

In merito all'utilizzo delle tecnologie vanno infatti sottolineati due fattori chiave: l'obsolescenza a cui esse vanno inevitabilmente incontro, e, soprattutto, la costruzione sociale della tecnologia (Latour, Callon 1987), il contesto sociale in cui essa è inserita e

l'utilizzo che ne fanno gli utenti, le cui pratiche d'uso ne influenzano lo sviluppo e il design.

«Really smart urbanism needs to start with the city itself and its attendant social problems, rather than looking immediately to smart technology for answers. This will require new participatory urban technologies, greater social and economic inclusion, and a substantial shift in power from corporate business and entrepreneurial city leaders to ordinary people and communities that make up cities.» (Hollands 2014)

A tal proposito è interessante riprendere il monito lanciato dalla sociologa ed economista Sassen<sup>93</sup> per la quale la nuova sfida è rappresentata dal tentativo di “urbanizzare le tecnologie”, ovvero renderle effettivamente utili ai nuovi bisogni urbani. Accettare questa sfida è l'unica condizione per poter realmente governare un processo di sviluppo così complesso e per farlo occorre innanzitutto continuare a interrogarsi sul senso che s'intende attribuire all'opzione smart all'interno delle città, quindi capirne le implicazioni.

Nelle parole della Sassen la città si configura come spazio strategico per lo sviluppo delle nuove tecnologie: “City is not the materialities, the city talking back (...); People practices are a kind of software”.

In generale affinché un qualunque progetto possa avere un reale e fattivo impatto sulla dimensione urbana, occorre svincolarsi dalle utopie/distopie per affrontarne le contraddizioni e le reali problematiche urbane che afferiscono alla sfera umana e che emergono sotto forma di bisogni.

### **3.1.3.5 Smart city as smartmentality**

Come si è già accennato, uno dei nodi critici del modello Smart city è che il modo di intenderla è in larga misura allineato alla rappresentazione delle *corporate* e delle

---

<sup>93</sup> Sassen S. *Urbanising technology* 2012 (articolo <https://lsecities.net/media/objects/articles/urbanising-technology/en-gb/>)

istituzioni le cui narrazioni, all'interno del dibattito sullo sviluppo urbano, sono le narrazioni dominanti.

Sebbene questi approcci promettano un cambiamento paradigmatico in fatto di ottimizzare la distribuzione dei servizi, massimizzare l'efficienza energetica e far diventare le città più vivibili, sostenibili, inclusive e competitive, sembra quasi del tutto inalterato lo *status quo* rispetto a un'ottica di *governance* che rimane *top-down* e sostanzialmente verticistica. L'assertività istituzionale e corporativa con cui viene deciso ciò che è smart e ciò che non lo è e, di conseguenza, ciò che deve essere una Smart city, sembrano infatti contraddire la volontà di un ribaltamento del modello di governance urbana in una prospettiva *bottom-up*.

Più di tutti la riflessione di Vanolo (2013) si è concentrata su questo aspetto, ovvero sulle dinamiche di potere che stanno dietro a queste narrazioni. Secondo l'autore, da una parte le *smart city policies* supportano un nuovo modo di immaginare, organizzare e gestire la città, dall'altra esse impongono un nuovo ordine morale introducendo specifici parametri tecnici al fine di distinguere "good" e "bad" city. La città viene "addomesticata" attraverso il discorso sulla *smart city* e apparentemente avviene altrettanto per i cittadini. Ma soprattutto, a un livello più sottile, se il cittadino è chiamato a partecipare al processo di costruzione di una città *smart* è implicitamente responsabilizzato rispetto al raggiungimento degli obiettivi prestabiliti. Si mette in atto un meccanismo di disciplinamento che l'autore definisce **smartmentality** in cui la costruzione di una nuova identità urbana funziona come un meccanismo di disciplinamento, un mezzo ideologico utilizzato dalle élite urbane per improntare la città a un certo tipo di sviluppo. C'è il rischio di un'adesione acritica al paradigm *smart*: l'idealipo di città che sta dietro al concetto di Smart city di fatto contiene obiettivi specifici mossi da ideologie e scelte politiche. Pertanto è errato presentarlo come "neutrale" ovvero come un modello che consegue naturalmente e univocamente da certe (per quanto concrete) necessità urbane.

Proporre la smart city come “la migliore visione possibile di città”, induce a rapportarvisi senza metterla in discussione, e conduce a non sviluppare o ignorare modelli alternativi di urban *development*.

#### **3.1.3.6 Smart city as imaginary**

Il modello smart city, come abbiamo più volte detto, negli ultimi anni sta avendo un ruolo fondamentale nella pianificazione urbana che si trasforma in investimenti e nell’allocazione strategica delle risorse economiche disponibili. Quindi seguire la strada *smart* ha un ruolo decisivo nelle scelte e nelle dinamiche finanziarie che gravitano attorno alle amministrazioni locali e, più in generale, ai governi nazionali.

Per quanto immaginaria, la visione Smart city agisce realmente e in modo importante sulle *policies* e sulle economie urbane, con conseguenze anche di lungo periodo. Pertanto è fondamentale non solo soffermarsi sul *policy design* come spesso accade, ma strutturare anche il *policy implementation level* (Angelidou, 2015), ovvero progettare e valutare l’impatto concreto delle azioni politiche al fine di raggiungere tangibili risultati di sviluppo economico, sociale, urbano.

#### **3.1.3.7 Smart city as enterprenurial city**

Un’altra critica mossa, di matrice maggiormente ideologica, si riferisce al fatto che le smart cities “can be understood as a high-tech variation of the entrepreneurial city” (Hollands, 2014). Ovvero, questo nuovo modello urbano si configura come una crescente affermazione del *neo-liberismo* volto principalmente a inquadrare le attività e gli spazi urbani in un’ottica di business. L’integrazione perfetta con il modello economico liberista è dimostrata dall’importanza di alcuni fattori, ad esempio l’importanza data alla flessibilità del mercato del lavoro, al valore di mercato della città e alla competitività.

Il discorso circa questo aspetto, uno dei punti più critici secondo Hollands, conduce la riflessione su un ulteriore piano, quello della diseguaglianza in termini di sviluppo sia

territoriale che sociale, declinato a livello globale così come a livello locale, dipendente dalle dinamiche della distribuzione del capitale.

Occorre osservare e analizzare i **processi d'inclusione ed esclusione** che possono essere innescati:

«The smart entrepreneurial city 'successfully' caters for the rich, mobile, creative businessman, through the creation of corporate informational portals and services, not to mention through luxury hotels, restaurant, bars and global business transport links, by definition, it also simultaneously ignores the welfare needs of its poorer Residents" (Hollands 2008, p. 316)

Uno degli aspetti più delicati è quindi il processo di segmentazione e frammentazione sociale provocato dall'introduzione di nuove tecnologie che impedisce uno sviluppo urbano realmente sostenibile socialmente.

Sebbene ecosistemi così complessi come le istituzioni, le persone e tutti gli altri stakeholders, sono difficili da organizzare e interrelare, un'attenzione particolare dovrebbero avere le questioni quali l'accessibilità (per tutti) ai servizi, e il superamento del digital divide ovvero l'abattimento del divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare personal computer e internet) e chi ne è escluso, in modo parziale o totale (Angelidou, 2015)

Se legata al neoliberismo, dunque, la smart city perpetua le stesse contraddizioni e limiti del modello capitalista che, concentrandosi sull'accumulazione di capitali, non ne ha considerato le conseguenze sociali, ecologiche e politiche (Harvey, 2012) (ne sono un esempio le crisi e i crash finanziari che si sono susseguiti fino a culminare nella crisi globale del 2008).

Il modello Smart city dovrebbe profilarsi come inclusivo ed egualitario, lontano dalla logica delle "città mondo" (Friedman, 1982), nodi della rete del capitalismo globale, caratterizzate dalla polarizzazione spaziale e sociale che agisce a livello globale (nella marcata differenziazione tra paesi ricchi e paesi poveri) e a livello metropolitano (con la presenza di ghetti, slum, etc.).

Le città sono un terreno vivo e instabile, nel quale nuove forme di lotta e pratiche di vita trovano sede. Il loro spazio, prodotto socialmente, è quindi teatro di scontro e di

mediazione tra chi ha potere (ovvero chi possiede un maggiore capitale non solo economico ma anche sociale e spaziale), e chi non ne ha ma lo rivendica. La Smart city dovrebbe inserirsi come luogo in cui queste spinte opposte vengono mediate, le contraddizioni e le disuguaglianze risolte, il diritto alla città garantito a tutti.

### **3.1.4 Theorizing the Smart city**

Ogni tipo di narrazione prodotta sulla smart city, sia essa istituzionale, corporativa, accademica o critica, evidenzia il bisogno, se non la necessità, di un nuovo paradigma urbano alla luce di alcuni processi in atto: l'aumento della popolazione nelle aree urbane, l'eccessivo sfruttamento delle risorse ambientali, l'aumento delle disuguaglianze sociali.

Il cambiamento radicale dello scenario urbano locale, eppure globalizzato, è spinto da due questioni cruciali:

- 1) **L'urbanizzazione**: il mondo è divenuto (prevalentemente) urbano. Il 23 maggio 2007 segna il "giorno della transizione" (Urry, 2010) in cui la popolazione urbana mondiale ha superato per la prima volta quella rurale. Nel 2014, la popolazione mondiale residente nei centri urbani è stata pari al 54%, rispetto al 30% del 1950. Si calcola che per il 2050, la percentuale salirà fino al 66%. (World Population Prospects - United Nations, 2014). L'urbanizzazione massiccia segna un mutamento qualitativo epocale in termini spaziali, politici e sociali. Questo fenomeno ha un impatto forte sulle sfide della economia urbana intesa come efficienza delle risorse e sostenibilità sociale. La città oggi produce in misura sempre maggiore disuguaglianze sociali, degrado ambientale e bassifondi globali.
- 2) Il **cambiamento climatico**: il riscaldamento globale, unito alla crescente scarsità delle risorse naturali, sono diventati una reale e globale emergenza ambientale e sociale, per la quale sono state previste strategie di contenimento dei rischi e prevenzione.

La Smart city nasce dunque dal bisogno di progettare il futuro partendo dalla volontà di migliorare il presente. Sebbene mossi da finalità diverse, tutti gli approcci alla Smart city hanno un elemento in comune: la spinta su cui fanno leva tutti gli *stakeholder* impegnati in questo dibattito è la necessità di un cambiamento, una sorta di rivoluzione su scala globale che parta dal luogo in cui ogni rivoluzione ha inizio: la città.

Alla luce di quanto detto finora, le potenzialità del modello Smart City non sono certo da ritrovarsi nello sfuggente processo definitorio, né nella deriva prescrittiva istituzionale e corporativa che a volte esso assume (Vanolo 2013; Hollands, 2014). Il fatto che non si sia arrivati a una definizione condivisa potrebbe rappresentare, anzi possiede, un vantaggio epistemologico, spingendo al superamento dei limiti ideologici, metodologici e strutturali di cui è intriso il concetto così come lo viene presentato ad oggi nei diversi discorsi.

Ma, dunque, qual è il vero valore del concetto di Smart city?

La sua vera portata innovativa, ci verrebbe da dire, è che essa non è affatto una novità: la visione che disegna non è stata introdotta *ex abrupto* da chi l'ha progettata e/o definita. Quello che è paradigmatico nella smart city è la capacità di aggregare, riorganizzare, mettere a sistema, riunire, risemantizzare e far incontrare/scontrare concetti e paradigmi preesistenti.

«The smart city is everything a city should be: sustainable, intelligent, competitive, inclusive, creative, hyper-connected, technologically advanced, efficient, e-governed, open, etc. in short, and this is the main value of the paradigm, the smart city would be a summary of all the very best that economists, planners, sociologists, geographers, etc., have been able to imagine of the city of the future.<sup>94</sup>»

Nell'attuale crisi economica e finanziaria (oltre che sociale, politica, culturale) senza precedenti per la sua portata globale, il paradigma interpretativo della realtà fornito dalla Smart city si configura come la possibilità di semplificare la complessità del mondo

---

<sup>94</sup> Santangelo M., *A (more?) intelligent city*. *Nóesis*, 2016, 25.49\_1: 65-77, p. 68

contemporaneo, proponendosi come modello che può essere usato per comprendere la dimensione urbana attuale e progettarne il futuro.

Questa aura quasi messianica del paradigma smart city non deve nascondere il valore che può essere ritrovato nel suo porsi come una metafora in grado di contenere la complessità urbana, racchiudendone tutti gli aspetti e dimensioni in un unico concetto. L'analisi ampia e profonda di Marciano (2015) nel suo progetto di *"Unpacking a Smart city model"* ci aiuta ad interpretare, a partire dalle narrazioni sulla Smart city, i paradigmi che questo concetto contiene, i processi culturali che l'hanno generata. La Smart City è interpretata come il prodotto dell'incontro/scontro tra due paradigmi egemoni della (sur)modernità: quello **ecologico** (Beck 2000) e quello **informativo** (Castells 1996).

Nel presente lavoro si è già parlato della città delle reti ipotizzata da Castells e caratterizzata dalla convergenza di 3 processi: tecnologie dell'informazione e della comunicazione, affermazione dell'economia informazionale, affermazione di valori culturali libertari. È lo stesso Castells (Castells, 1997) che successivamente alle riflessioni di *"The rise of network society"* (1996) traghetta il discorso dall'informazionalismo all'ecologismo:

«I propose the hypothesis that there is a direct correspondence between the themes by the environmental movement and the fundamental dimensions of the new social structure, the network society, emerging from the 1970s onwards: science and technology as the basic means and goals of economy and society; the transformation of space; the transformation of time; and the domination of cultural identity by abstract, global flows of wealth, power, and information, constructing real virtuality through media networks. (...) Environmental movement, more than any other social force, it has been able to best adapt to the conditions of communication and mobilization in the new technological paradigm. Although much of the movement relies on grassroots organizations, environmental action works on the basis of media events<sup>95</sup>.»

---

<sup>95</sup> Castells I., *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II. Cambridge, MA; Oxford, UK. Blackwell, 1997, p.180

L'**ecologismo** si presenta sotto forma di movimento sociale globale nel 1970, nel primo Earth day della storia, contestualmente all'emersione dell'età infomazionale. Le Nazioni Unite dal 1971 istituiscono il 21 marzo come giornata mondiale della terra e si avviano politiche internazionali di sviluppo (Rio 1992, Kyoto 1997).

L'ecologismo si propone come un set di valori, teorie, e progetti che considera il genere umano come componente di un ecosistema più ampio, con il desiderio di mantenere l'equilibrio del sistema in una prospettiva evolutiva.

Per Beck (Beck, 2000) esso emerge dall'erosione del modello della società industriale moderna sotto vari aspetti (questione ecologica e conseguente perdita della fiducia illimitata nel progresso tecnico, crisi del modello taylorista di produzione, crisi della tradizionale divisione dei ruoli in base al sesso, etc.) e, nello stesso tempo, alla nascita di nuove strutture e nuovi orientamenti. E' necessario evitare di affrontare le nuove formazioni strutturali nell'orizzonte delle vecchie categorie e prendere consapevolezza dell'autotrasformazione della società industriale. Questa autotrasformazione, dovuta alla forza delle "conseguenze secondarie" (più o meno latenti e che, nella fattispecie, possono essere identificate soprattutto in rischi, pericoli, individualizzazione e globalizzazione), prende il nome di "modernizzazione riflessiva", che si manifesta prima nella dissoluzione della società industriale e poi nella sostituzione delle forme di tale società con altre forme di società. A partire da queste premesse il paradigma ecologico deriva dai seguenti processi:

- nei paesi a capitalismo avanzato emerge la consapevolezza del rischio ambientale legato allo sviluppo economico;
- lo sviluppo tecnologico e di teorie scientifiche in grado di ridurre i rischi ambientali e salvaguardare l'ambiente;
- emersione dell'ambientalismo come movimento sociale di massa che ha prodotto nuovi valori e pratiche sociali, e ha diffuso una rappresentazione sociale molto potente, ovvero la sostenibilità.

L'ecologismo si caratterizza per il suo codice pratico, rivolto alla soluzione concreta dei problemi.

La smart city è il tentativo di riprodurre a livello urbano il modello di società posto dalla convergenza dei paradigmi informazionale ed ecologico, che nella smart city sono costantemente accostati: dal wi-fi pubblico delle piazze al bike sharing.

«La Smart City si trova nei terreni occupati da giovani laureati che riscoprono il valore dell'agricoltura; nei teatri occupati in cui si elaborano nuove forme di gestione degli spazi culturali; nelle scuole pubbliche dove si costruiscono modelli di insegnamento basati sull'intercultura; nei gruppi di acquisto solidale che organizzano la distribuzione di alimenti a kilometro zero.<sup>96</sup>»

---

<sup>96</sup> Marciano C., *Il discorso sulla Smart City. Concetti chiave e spazi di ricerca del nuovo spazio urbano*. In comunicazione punto doc (7), 2012, Fausto Lupetti Editore, Bologna, p. 257

## 3.2 PEOPLE SMARTNESS

Dopo aver discusso delle definizioni, delle critiche e dell'insieme di proprietà che definiscono una "Smart City", ed averne analizzato i diversi approcci, il focus del presente lavoro si concentra su un terreno ancora poco battuto nella ricerca sulle città intelligenti: le persone.

Questa sembra un'apparente contraddizione: si è infatti sottolineato come la dimensione dei cittadini e dello *human capital* sia centrale nei diversi *framework* presentati precedentemente. Ma per comprendere meglio cosa si vuole intendere, rimandiamo ad una frase di Guido Martinotti rilasciata in un'intervista nel 2011 a proposito di Smart city:

"Gli ingegneri creano sempre dei bei schemi, poi a un certo punto c'è una linea che dice "persone"... eh no, bisogna partire da lì!" (Martinotti, 2011)

Spesso le persone sono dei figuranti in modelli perfetti, che non tengono conto di quanto la complessità urbana abbia come matrice la complessità dei bisogni, dei desideri, delle necessità, delle visioni delle persone.

La volontà di un focus sulle "smart people" all'interno del discorso sulla smart city sembra allora pertinente anche alla luce delle criticità e dei limiti che si sono precedentemente individuati nelle differenti narrazioni.

L'obiettivo strategico di chi progetta città intelligenti dovrebbe essere quello di migliorare l'esperienza urbana e la qualità della vita delle persone, e, come vedremo, da più parti viene suggerito di coinvolgere le persone stesse come parte attiva nel processo. Intendiamo qui la progettazione a due livelli diversi:

- **Progettazione della *vision***: implica un *Design ideologico* rappresentato dall'insieme di valori e dagli universi simbolici che vengono riportati dentro il modello di "Smart city" dai diversi *stakeholder*. Di questo processo sono maggiormente responsabili le istituzioni e gli amministratori che devono fungere da mediatori tra attori diversi portatori di immaginari e bisogni diversi (ad es. le imprese ICT creano narrative urbane diverse rispetto a quelle dei

cittadini di un determinato quartiere), e trovare un equilibrio tra istanze diverse;

- **Progettazione della *Urban Experience***: l'insieme dei processi e delle attività che porta alla pianificazione, definizione e alla realizzazione dei "progetti e iniziative smart" che permettano di migliorare l'esperienza urbana. Questo tipo di progettazione implica lo *User Experience Design*<sup>97</sup> che pone al centro l'esperienza degli utenti, a partire dalle culture, dalle sensibilità, dalle capacità di cui sono portatori, allo scopo di metterli nelle condizioni migliori per poter vivere un'esperienza positiva. Del processo di valutazione dei fattori tecnologici, sociali, economici che intervengono nella progettazione sono responsabili figure diverse tra cui, ingegneri, informatici, architetti, progettisti urbani, esperti di comunicazione, sociologi, economisti, etc.

Una prima osservazione da fare è che le persone (il pubblico di non addetti ai lavori) non sembra siano state coinvolte o, almeno, non fin da subito, in nessuno dei due processi principali di strutturazione della città smart, né quello della costruzione del suo immaginario, né quello operativo che porta alla progettazione e implementazione di progetti e iniziative.

Seguendo queste considerazioni un dato rilevante è la quasi totale mancanza di *smart city awareness*, intesa come la conoscenza del fenomeno "Smart city", nonostante si discuta di smart city in modo più ampio dalla metà del primo decennio del 2000.

Pur avendo pochi dati e non comparabili, a causa della scarsità di ricerche sistematiche che abbiano incluso questo aspetto, verranno proposte di seguito tre suggestioni per valutare il grado di consapevolezza del fenomeno in contesti locali diversi:

- Un rapporto realizzato da The European House-Ambrosetti per ABB del 2012

---

<sup>97</sup> In questo contesto si intende usare il concetto di User Experience Design con un significato più ampio: sebbene strettamente legato alla progettazione dell'interazione uomo-macchina, qui vuole essere riferito all'esperienza dell'utente nel suo complesso rispetto all'uso dei servizi progettati in ottica Smart city (di cui la dimensione tecnologica è solo una parte).

spiega che il 78% degli italiani non ne ha mai sentito parlare. Un altro 14 per cento non ne ricorda il significato<sup>98</sup>.

- Il Meeting of the Minds, una global knowledge sharing platform avente base a San Francisco, nel 2014 ha condotto un sondaggio tra 1000 consumatori negli Stati Uniti e meno della metà, ovvero circa il 39% del campione, conoscevano o avevano sentito il termine “Smart city”<sup>99</sup>.
- Agli inizi del 2016, l’Institution of Engineering and Technology (IET) in un report dal titolo “Smart Cities: Time to involve the people?” ha pubblicato i risultati di un sondaggio su un campione di 531 persone rappresentativo della popolazione inglese e solo il 18% degli intervistati ha sentito parlare di “Smart city”.<sup>100</sup>

Dalla disamina della letteratura esistente, inoltre, non sembrano emergere evidenti tentativi di integrazione delle persone nei processi “ideativi” e “attuativi” che costituiscono il modello e le esperienze di Smart city.

Sebbene auspicata e prescritta da più parti, la centralità dello *human capital* espressa attraverso lo sfruttamento delle potenzialità del “fattore umano” per lo sviluppo delle città intelligenti, non sembra essere così evidente. Non è emersa fin qui, infatti, una narrazione proveniente “dal basso”, dalle persone.

Inoltre, per coinvolgerle, a livello di costruzione della Urban experience, occorre uno scambio informativo che penetri fin dall’inizio il processo di design dei servizi e che vada oltre il tempo dell’implementazione, attraverso strumenti e metodi che siano in grado di entrare nelle dinamiche delle pratiche di utilizzo.

Per raggiungere tale scopo occorre da un lato comprendere “chi” sono gli utenti che utilizzeranno i servizi smart al fine conoscerne i bisogni e soddisfarli; dall’altro lato è

---

<sup>98</sup> <http://new.abb.com/it>

<sup>99</sup> <http://cityminded.org/>

<sup>100</sup> <http://www.theiet.org/>

importante tracciare e analizzare anche il “come” e il “perché” tali servizi vengono utilizzati dagli utenti.

Nonostante siano identificati come i protagonisti del reale cambiamento, fino ad oggi gli sforzi di concettualizzazione e ricerca sugli abitanti e city user urbani all’interno del paradigma Smart city sono quasi del tutto assenti.

Il suggerimento che la nostra riflessione vuole dare è di considerare che i tempi sono maturi per delle visioni alternative di Smart city che includano in misura maggiore la dimensione delle persone rispetto ai servizi progettati e alla capacità di poter contribuire alla visione di città da una prospettiva fin’ora poco o per nulla considerata.

### **3.2.1 Smart People IDENTIKIT**

Individuare le “Smart people” significa rintracciare la dimensione delle “persone” all’interno dei diversi approcci alla Smart city già analizzati precedentemente.

Significa, pertanto, reimmergersi nelle narrazioni per tirarne fuori un *identikit*, ovvero un profilo alla luce delle descrizioni e delle caratteristiche che vengono attribuite alle persone (talvolta chiamati “*smart citizen*”) nei diversi modelli. Trattandosi di discorsi, il linguaggio è uno strumento conoscitivo importante, struttura e ridefinisce le rappresentazioni, e per questo, alla luce dell’analisi delle narrazioni rispetto al tema delle “persone” abbiamo voluto distinguere:

- Who Smart people MUST be
- Who Smart people SHOULD be
- Who Smart people COULD be

Questa prospettiva di analisi implica che a monte, ovvero all’interno dei diversi modelli e framework, ci sia un disegno, un progetto, su cosa le persone debbano o possano essere all’interno degli stessi per far sì che funzionino.

E infatti nei diversi discorsi sono auspicati, se non prescritti, i comportamenti e i valori di cui devono essere portatrici le persone definibili come «smart».

Sembra ritornare a sottolineare una prospettiva top-down (per quanto demonizzata all'interno di tutti i discorsi sulla Smart city), una logica ideologica di definizione della realtà, della città, delle persone che la abitano.

"The Smart City model is, indeed, the contemporary version in which the cultural hegemony directing global social change is expressing itself at an urban level" (Marciano 2014, p.6).

Per comprendere questo passaggio è bene individuare dove si colloca questa riflessione, o meglio, dove si collocano le narrazioni di cui abbiamo discusso finora, ovvero quella istituzionale, delle corporate e dell'accademia.

Marciano (Marciano, 2015) individua nella teoria dello spazio sociale di Lefebvre una griglia interpretativa per ordinare la complessità del fenomeno Smart city, dei discorsi che genera e dei ruoli degli attori in campo. Egli applica lo schema lefebvriano alle Smart city riprendendo la triade concettuale di Lefebvre relativa allo spazio sociale. La riflessione in chiave neomarxista del filosofo francese si concentra sulle dinamiche di potere intese come produzione, controllo, dominazione degli spazi sociali.

In *La Production de l'espace* (1974, p. 33), Lefebvre individua:

- *la Pratica Spaziale*, ovvero lo spazio percepito che "abbraccia produzione e riproduzione, e i luoghi specifici e gli insiemi spaziali caratteristici di ogni formazione sociale." Essa implica un livello garantito di *competenza* e un livello specifico di *performance*.
- *le Rappresentazioni dello Spazio*, ovvero lo spazio concepito, sono connesse alle "relazioni della produzione e all'ordine che queste relazioni impongono, e dunque sapere, segni, codici, e relazioni "frontali". Esso è uno "spazio concettualizzato, lo spazio degli scienziati, pianificatori, urbanisti, suddivisionisti tecnocratici e ingegneri sociali, e anche di un certo tipo di artisti con la predisposizione scientifica". Questo è lo spazio "dominante di ogni società. Si tratta dello spazio di "rappresentazioni di potere e di ideologia, di controllo e di sorveglianza".

- *gli Spazi di Rappresentazione*, ovvero lo spazio vissuto; presenta “simbolismi complessi, legati al lato clandestino e sotterraneo della vita sociale, ma pure all'arte, che potrebbe definirsi non come un codice dello spazio, ma come un codice degli spazi di rappresentazione”. Questo, nelle parole di Lefebvre, è lo spazio degli “abitanti” e degli “utenti”, è spazio “dominato” che l'immaginazione cerca di “cambiare e appropriare”. Esso ricopre lo spazio fisico utilizzando simbolicamente i suoi oggetti.

Questo schema applicato alle Smart city (Marciano, 2015) ci permette di identificare:

- lo spazio percepito: quello delle infrastrutture, dello spazio fisico dell'urbanizzazione e delle strutture organizzative;
- lo spazio concepito: quello concettualizzato nelle narrative istituzionali, delle corporate e dell'accademia
- lo spazio vissuto: quello degli abitanti e degli utenti

Questa lettura ci permette di inquadrare le narrazioni sulla Smart city analizzate come occupanti di uno spazio sociale che è dominante: la posizione che le persone (abitanti, cittadini, residenti, etc.) occupano all'interno dei modelli non è quella che si scelgono ma quella che gli compete; l'identità ha una forma che è quella che viene loro attribuita. Le persone intese come “abitanti e utenti”, invece, occupano lo spazio vissuto, gli spazi della rappresentazione in cui da “dominati” possono negoziare, reinventare, i significati e i simboli imposti dai “dominanti” attraverso l'immaginazione e attraverso l'uso simbolico degli oggetti dello spazio fisico.

Alla luce di questa riflessione, rispetto al focus della nostra ricerca, l'operazione che si vuole fare è innanzitutto tracciare un identikit delle *smart people* come risultato delle diverse concettualizzazioni e rappresentazioni della smart city, per poi provare a addentrarci negli “spazi della rappresentazione” in cui gli abitanti e i city user provano a imporre la loro esistenza, i loro bisogni, le loro visioni.

### **3.2.1.1 Who Smart people MUST be**

Nei modelli delle multinazionali delle ICT, fondati sulla capacità di ottimizzazione dei processi attraverso le nuove tecnologie, la figura del cittadino-abitante urbano è sovrapposta a quella di essere un utente, un attore che utilizza il sistema attraverso dei dispositivi e fornisce, di rimando informazioni, al sistema su ciò che ha fatto. Le persone sono principalmente, quindi, una fonte inesauribile di dati, che confluendo in quelli di milioni di altri utenti formano i *Big Data*, un insieme di volume informativo così esteso, variegato e veloce che solo gli elaboratori realizzati dalle corporate possono analizzare e gestire.

In quanto utenti di sistemi *client/server* essi sono visti come una componente del sistema, di sicuro la più critica e complessa “it might be argued that citizens are often cast as barriers in the corporate race towards the smart city and that they need to be educated by city leaders as to the benefits IT can bring” (Hollands, 2014).

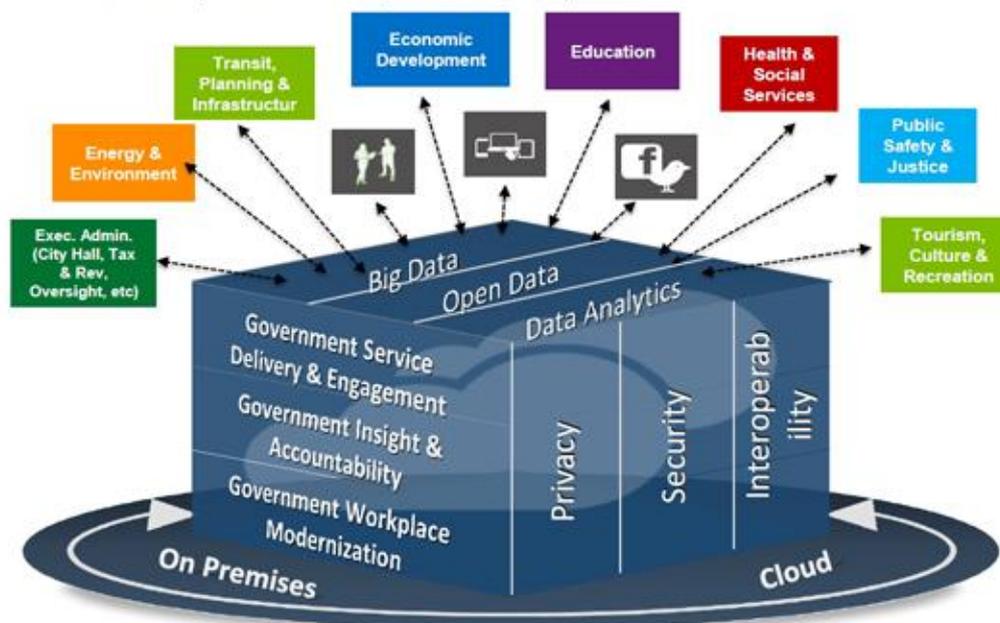
In quest’ottica le persone “devono” ricoprire un ruolo ben determinato all’interno del sistema affinché tutto funzioni perfettamente. Il modello di Smart city a cui si fa riferimento produce delle città costruite (*ex novo* o quasi) in partnership con le grandi ICT company (IBM, Cisco, etc.), ne sono un esempio Songdo (South Korea), Masdar City (United Arab Emirates), o i tanti progetti partiti in India. Di sicuro questi sono dei casi eccezionali e non sono da considerare i tipici esempi di Smart city, ma rappresentano per molte persone, nel loro immaginario, quello che una “Smart city” è o dovrebbe essere (Carvalho, 2015).

Questa dimensione è legata a quelli che Vanolo chiama “invisible citizen”, osservando una relativa mancanza di presenza umana “at the imaginative level” di questo tipo di città.

Figura 6 Le componenti dell'architettura di riferimento per le Smart Cities secondo Microsoft

## Architetture

Per sostenere una piattaforma aperta e interoperabile



### 3.2.1.2 Who Smart people SHOULD be

Se la dimensione del “Must” implica la sfera della necessità e dell’obbligo, quella dello “Should be” è relativa alla sfera del giudizio e dell’opinione morale.

I governi, nazionali e locali, e i *political decision-makers* sono gli speaker di questo tipo di discorsi che creano a loro volta un determinato profilo di “Smart people”.

Con particolare riferimento alla produzione scientifica istituzionale europea sull’argomento (la più prolifica), proveremo brevemente a dare uno sguardo a come vengono intese le persone smart all’interno della città intelligenti secondo questa prospettiva.

Figura 7 Strategia per "Barcelona Smart City"

*The city of  
people*

Technology as an enabler for:

- ✓ *Urban mobility more efficient and sustainable*
- ✓ *Environmental sustainability*
- ✓ *Business-friendly and attracting capital*
- ✓ *Integration and social cohesion*
- ✓ *Communication and proximity with people*
- ✓ *Knowledge, creativity and innovation*
- ✓ *Transparency and democratic culture*
- ✓ *Universal access to culture, education and health care*

Innanzitutto il riferimento è alla ricerca di Giffinger (Giffinger et al., 2007), che come abbiamo visto è stata assunta a fondamento scientifico dell'elaborazione del modello Smart city in ambito europeo.

Chi dovrebbero essere le Smart people in questo approccio è facilmente desumibile se si osservano le liste di indicatori che ne permettono di "quantificarne" la presenza nelle città, in quella logica di misurazione delle performance urbane tipica del mondo politico e che coinvolge parte del mondo accademico.

Figura 8 Lista di fattori e indicatori per la dimensione "Smart People" (Giffinger et al., 2007)

Smart People	Level of qualification	Importance as knowledge centre
	Level of qualification	Population qualified at levels 5-6 ISCED
	Level of qualification	Language skills
	Affinity to life long learning	Book loans per resident
	Affinity to life long learning	Participation in life-long-learning in %
	Affinity to life long learning	Participation in language courses
	Social and ethnic plurality	Share of foreigners
	Social and ethnic plurality	Share of nationals born abroad
	Flexibility	Perception of getting a new job
	Creativity	People working in creative industries
	Cosmopolitanism/Open-mindedness	Voters turnout at European elections
	Cosmopolitanism/Open-mindedness	Immigration-friendly environment
	Cosmopolitanism/Open-mindedness	Knowledge about the EU
	Participation in public life	Voters turnout at city elections
	Participation in public life	Participation in voluntary work

Figura 9 Lista di indicatori per la dimensione "Smart Human Capital" (Lombardi et al. 2012)

INDICATORI Smart Human Capital
Percentage of population aged 15-64 with secondary-level education living in Urban Audit
Percentage of population aged 15-64 with higher education living in Urban Audit
Percentage of inhabitants working in education and in research & development sector
Voter turnout in national and EU parliamentary elections
Share of female city representatives
City representatives per resident
Foreign language skills
Participation in life-long learning (%)
Individual level of computer skills
Individual level of internet skills
Patent applications per inhabitant
Employment rate in knowledge-intensive sector

Come si può osservare le Smart people sono valutate come tali alla luce delle seguenti proprietà:

- **educazione:** livello di istruzione, competenze linguistiche
- **lavoro:** flessibilità, impiego in settori creative-knowledge industries
- **competenze e skills:** competenze d'uso di internet, personal computer, life-long learning
- **valori:** cosmopolitarismo, open-mindedness, multiculturalismo
- **partecipazione** alla vita pubblica

Una delle definizioni istituzionali che descrivono le Smart people la ritroviamo nel report Mapping Smart Cities in the EU (2014), commissionato da Parlamento Europeo per fornire informazioni, strategie e consigli sulle Smart city alla luce delle diverse esperienze sul territorio europeo:

“By Smart People we mean **e-skills, working in ICT-enabled working, having access to education and training, human resources and capacity management, within an inclusive society that improves creativity and fosters innovation.** As a characteristic, it can also enable people and communities to themselves input, use, manipulate and personalise data, for example through appropriate data analytic tools” (p. 28)

Nello stesso rapporto si afferma che i progetti di Smart city che si focalizzano sulla dimensione delle Smart people sono poco numerosi.

Ma proprio a proposito delle Smart city in Europa Caragliu (Caragliu et al., 2011) aveva mosso questa riflessione

«“A smart city will be a city whose community has learned to learn, adapt and innovate . **People need to be able to use the technology in order to benefit from it: this refers to the absorptive capacity literature.** When social and relational issues are not properly taken into account, social polarization may arise as a result. This last issue is also linked to economic, spatial and cultural

polarization. The debate on the possible class inequality effects of policies oriented towards creating smart cities is, however, still not resolved<sup>101</sup>».

Un'osservazione che va fatta a tal proposito è che i discorsi degli attori politici e istituzionali sembrano voler inglobare i cittadini nelle dinamiche di realizzazione della Smart city come protagonisti, ma attribuendogli delle caratteristiche ben definite. Insite in queste narrazioni c'è l'idea di "*chi dovrebbero essere*" le Smart people di cui ha bisogno la smart city per centrare i suoi obiettivi e, allo stesso tempo, la visione dell'idealtipo di persone che la smart city stessa dovrebbe contribuire a formare.

Sembra pertanto che "the smart city discourse has an effect on the way citizens are supposed to behave" (Vanolo 2013). Nella riflessione critica di Vanolo la produzione di modelli di Smart city produce inevitabilmente gli "Smart citizen", ovvero le persone che devono essere disposte ad adattarsi e a vivere in città smart quasi come obbligo morale: «In other words, citizens and local communities are invested with a moral obligation to behave in a certain way and adhere to the collective project of building smart cities; in this regard, the production of 'smart citizens' can be seen as an instrument of 'government at a distance' (...) Smartness is becoming a field of social control that makes intrusion in a person's private life quite natural; as a result, we need to pay attention to the goals established in the framework and the label given to smart city projects» (Vanolo, 2013)

Le narrazioni istituzionali creano la "*smartmentality*" ovvero l'obbligo morale di comportarsi in un certo modo e aderire alla costruzione collettiva delle smart city, mentre chi non segue il modello è considerato uno "*smart-deviant*".

Si crea, secondo Vanolo, una vera e propria forma di sorveglianza e controllo sulle persone e sulle loro azioni nello spazio urbano, e la loro partecipazione al raggiungimento degli obiettivi è intesa come una sorta di dovere morale. Questa idea di città crea quelli che, nelle parole dell'autore, sono definibili "*subjugated citizen*".

---

<sup>101</sup> Caragliu, Andrea, Chiara Del Bo, and Peter Nijkamp. "Smart cities in Europe." *Journal of urban technology* 18.2 (2011): 65-82, p. 68

La riflessione finale che va fatta rispetto a questo contesto è che la rappresentazione delle città smart, così come dei cittadini smart, è legata direttamente ai valori culturali dominanti delle attuali forze politico-economiche. E da questa prospettiva il rischio è che potrebbero crearsi a monte delle diseguaglianze tra chi è allineato con quel modello e ha determinate competenze e/o profili, e chi non lo è. Afferma Vanolo:

«there is little room for the technologically illiterate, the poor and, in general, those who are marginalized from the smart city discourse; moreover, citizens are considered responsible for their own ability to adapt to these ongoing changes<sup>102</sup>».

---

<sup>102</sup> Ibidem

### 3.2.1.3 *Who Smart people COULD be*

Nel mondo accademico si è dato un ampio spazio alle persone all'interno dei discorsi sulle città intelligenti, grazie all'eterogeneità degli approcci (scienze sociali, architettura, ingegneria, economia etc.) è possibile avere una visione più ampia delle Smart people. Alla domanda "chi potrebbero essere" le persone smart che si presuppone possano vivere e dare vita alle smart city, da questa prospettiva si può rispondere identificando le due tipologie di caratteristiche che vengono attribuite loro:

- *active citizen*
- *inhabitant-as-a-sensor*

#### 1. **Active citizen**

Rispetto alle visioni più rigide, come quelle istituzionali e corporative, il mondo accademico, focalizzandosi sul ruolo e le attività dei cittadini nella vita quotidiana, gli conferisce una progressiva *resubjectification* (Vanolo, 2016), ovvero la capacità di diventare soggetti attivi.

In questa prospettiva le tecnologie sono viste come fattori abilitanti e non come strumenti di controllo; le istituzioni hanno il compito di "*empowerment*" dei cittadini, dell'abbattimento delle barriere di accesso, per far sì che essi possano avere parte nell'ideazione di progetti e iniziative e nella definizione di Smart city stessa.

L'accrescimento dello *human capital* passa per il *citizen empowerment* che si traduce in cittadini-abitanti informati, competenti e partecipanti attivi nel mondo urbano.

Alcuni degli elementi chiave connessi al capitale umano della città sono ad esempio: "Talent, innovation, creativity, education" (Barrionuevo et al. 2012) o "Skilled labor force (Kourtit and Nijkamp 2012)", e ancora "**creativity, diversity, and education**" (Nam e Pardo, 2011).

L'obiettivo delle politiche e degli interventi in ottica smart deve mirare a potenziare queste capacità proprie della dimensione umana ed elementi imprescindibili dello sviluppo urbano.

#### **Dameri 2013**

“People are an essential component of smart cities: they are not only the target of smart city initiatives, but they should be smart too. That is, they should be able to profitably use the new technologies and to create smart intellectual capital to support the smart economic and social development of their city. **To include people in the smart city definition means to drive local and central government to invest in increasing knowledge economy and in reducing the digital divide, to obtain a higher digital response by citizens able to produce an economic recovery for investments in smart city projects.**

Integrated smart city strategies help urban citizens become more informed, participatory and networked than ever. They help businesses become innovative, productive and agile. They forge an entire sphere of intelligence and sustainability.”

#### **Chourabi, Hafedh, et al. 2012**

Addressing the topic of people and communities as part of smart cities is critical, and traditionally has been neglected on the expense of understanding more technological and policy aspects of smart cities. Projects of smart cities have an impact on the quality of life of citizens and aim to foster more **informed, educated, and participatory citizens**. Additionally, smart cities initiatives allow members of the city to participate in the governance and management of the city and become **active users**. If they are key players they may have the opportunity to engage with the initiative to the extent that they can influence the effort to be a success or a failure.

Lista dei fattori relative alle Smart People come trivata in letteratura:

- Digital divide(s)
- Information and community gatekeepers
- Participation and partnership
- Communication
- Education
- Quality of life

- Accessibility

### **Albino et al. 2013**

From the “people” perspective, creativity is recognized as a key driver of smart city, and thus people, education, learning and knowledge have a central role in a smart city. The expansive notion of smart city includes creating a climate suitable for an emerging creative class. Social infrastructure (intellectual capital and social capital) is indispensable endowment to smart cities and relates to people and relationships (Nam and Pardo, 2012). Smart people generates and benefits from social capital, so that smart city acquires the meaning of a mix of education/training, culture/arts, and business/commerce with hybrid social enterprise, cultural enterprise, and economic enterprise (Winters, 2010). Focusing on education, Winters (2010) found that a smart city is a center of higher education and better-educated individuals or of skilled workforces. Smart places are getting smarter while other places getting less smart because such places act as a magnet for creative people and workers. A smart city is a humane city that has multiple opportunities to exploit its human potential and lead a creative life. A related term to smart city, along this perspective, is knowledge city. This is a city designed to encourage the nurturing of knowledge. The notion of knowledge city is interchangeable to a certain degree with similar evolving concepts such as educating city. **The buzz concept of being clever, smart, skilful, creative, networked, connected, and competitive becomes a key ingredient of knowledge-based urban development and hence of a smart city.**

Stronger approaches to awareness, education and leadership offer services that are accessible to all of citizens, get rid of barriers related to language, culture, education, skills development, and disabilities.

### **Angelidou (2015)**

A more complete view on smart city development is adopted, by taking advantage of all available recourses, including the **knowledge, creativity and intellectual capital of the populace.**

A significant portion of the smart city literature has argued extensively about the importance of human and social capital for the development of smart cities. Besides, **the creativity and**

**resourcefulness of the city's people, underpinned through web spaces of collective intelligence, is more powerful than any machine or individual intelligence** (Ratti & Townsend, 2011). Human-centered approaches to the problems of the urban environment are an indispensable characteristic of the smart city (Bria, 2012), and therefore smart cities should put technology truly at the service of their inhabitants and not vice versa (Sassen, 2011).

**Nam et al. 2013**

**Smart people is an important component of smart city.**

**The smart people concept comprises various factors like affinity to lifelong learning, social and ethnic plurality, flexibility, creativity, cosmopolitanism or open-mindedness, and participation in public life.** Problems associated with urban agglomerations can be solved by means of creativity, human capital, cooperation among relevant stakeholders, and their bright scientific ideas and “smart solutions”. **The label smart city therefore points to clever solutions by creative people.** Smart governance means various stakeholders' (especially citizens') engagement in decision making and public/social services IT-mediated governance, so called e-governance, is fundamental to enabling smart city by bringing citizens to a smart city initiative and keeping the decision and implementation process transparent. The central spirit of governance is a citizen-centric, citizen-driven approach.

## **2. Inhabitant-as-a-sensor**

Nel 2012 Paine, nel tentativo di ricostruire gli elementi costitutivi del “Paradigma Smart city” e affrontando il tema non solo in un’ottica definitoria”, prova ad affrancare il linguaggio utilizzato per descrivere la Smart city dai riferimenti diretti quasi unicamente al mondo delle tecnologie.

Egli afferma che per cogliere la ricchezza del paradigma “smart” la *connettività* va intesa non solo nel senso della capacità di connettere sistemi (*layer infrastrutturale*) ma anche nel senso della connessione ed interazione tra soggetti (*layer sociale*). La connettività

quindi non è da intendere nel senso della capacità infrastrutturale di portare accesso alla rete, quanto nel senso di “intelligenza connettiva” e l'adattività interpretabile come “intelligenza adattiva”, in entrambi i casi si parla di qualità facenti capo alle persone.

La connettività si esprime quindi in rapporto alle energie individuali e sociali che ciascun soggetto individuale o comunità può esprimere.

L'adattività, invece, fa riferimento allo schema "*sensing and actuating*" in uso nell'interpretazione dei sistemi dinamici.

- la funzione di *sensing* non è solo riconducibile alle rilevazioni operate dai dispositivi, ma è presa in carico da cittadini tra loro connessi attraverso meccanismi di social networking, impegnati, grazie a logiche distribuite, a rilevare in modo “senziente” i dati relativi alla vita in città;
- la funzione *actuating* rappresenta la consapevolezza delle implicazioni e dei risultati di tali processi, ed è in grado di attivare una modifica dei comportamenti delle persone.

Gli abitanti della città, chi la attraversa quotidianamente o saltuariamente, diventano secondo questa prospettiva dei veri e propri “sensori umani”. I dati forniti da questi sensori non sono unidirezionali, ritornano a chi li ha raccolti e vengono da questi processati o condivisi, avendo un impatto diretto sulle loro vite e le loro azioni.

Sembra andare nella stessa direzione anche la riflessione di Ratti (2013) direttore del Senseable City Laboratory del MIT di Boston che parla appunto di “Città senziente” ovvero una città che parla e ascolta in *real time*, che mette insieme una base fisica con una digitale, grazie a un insieme di sensori, controllori e attuatori, che include non solo le tecnologie ma anche le persone.

Questo tipo di approccio conferisce un ruolo attivo alle persone, sebbene le inserisca in una visione che prevede un contesto urbano “dominato” dalle tecnologie:

“Smart cities: atoms and bits assimilate, creating new possibilities. Complex, large-scale infrastructures become unlimited data sources: energy consumption, wastes, mobility, health care, instruction. Technologies, sensor webs, open databases and ubiquitous information accesses. Cities become aware and smart. But cities must also have a **soul**: this is why **buildings**

**and smart services need smart citizens, “active citizens”**. A smart city isn't made by people just responding to inputs, but by citizen **performing an essential role: the leading role in the process of data collection and sharing**. Connected citizens are the engine of urban change in the city of the future.<sup>103</sup>”

#### **3.2.1.4 Who Smart people WILL be**

Come si è visto più volte fin qui, il concetto di Smart city spesso è caratterizzato da un approccio top-down. Ne consegue che le soluzioni trovate dai decision maker (provenienti dai vertici del mondo politico-economico) spesso sono solo supposte essere le migliori soluzioni per i cittadini, senza esserlo effettivamente.

Soprattutto il mondo accademico ha spinto, come si è sottolineato, per un maggiore coinvolgimento “dal basso”, sottolineando i limiti di una visione di città che spesso tiene fuori i suoi protagonisti quotidiani

«In Smart Cities, public participation is central and, of course, is boosted by new technologies, as social networks and media and it must therefore rely on a consistent network and infrastructure, allowing data and information flowing and sharing. However, **the bottom up approach is possible in the Smart City also by means of citizens and urban users building and realizing their own services and activities**, therefore meeting needs they do know and feel, often better than the final decision and policy makers.» (Murgante e Borruso 2014).

Il ruolo subalterno riservato frequentemente ai cittadini è uno dei fattori più critici per la Smart city affinché essa venga vista come un effettivo modello della vita urbana futura (Vanolo, 2016). Probabilmente per ridefinire il ruolo delle “persone smart” di domani occorre prima ridefinire la Smart city del prossimo futuro e per fare ciò l’iniziativa più evidente e immediata da attuare è quella di un ribaltamento di prospettiva in ottica bottom-up, operare un riequilibrio del potere di intervento degli attori da sempre protagonisti dei cambiamenti urbani.

---

<sup>103</sup> <http://www.carloratti.com/project/carlo-ratti-smart-city-smart-citizen/>

«A city's people now have a stronger ability to **produce new ideas, products, strategies and theories, either individually, or in collaboration within social networks**. The broad input of knowledge, creativity and collective intelligence of the populace underpin further knowledge creation and enhance innovativeness the multi-perspective confrontation of the city's problems and the delivery of new and improved services» (Angelidou 2015, p. 102)

Sembra che sia giunto il tempo della consapevolezza, dell'importanza strategica delle Smart people. Riprendendo lo schema lefebvrano, ci si augura che esse possano uscire dagli spazi (stretti) delle rappresentazioni e inserirsi, influenzandoli, nei meccanismi di creazione delle rappresentazioni dello spazio.

Le persone sono e saranno sempre più in grado di creare da sole nuovi servizi e prodotti (soprattutto online), e trovare nuovi modi di distribuzione e condivisione delle informazioni e della conoscenza. Inoltre i cittadini sono "i professionisti della città", forse intrinsecamente motivati (nonostante le recenti dimostrazioni di disamoramento verso la politica e la partecipazione attiva) a contribuire al miglioramento della propria città. Se questa sarà la spinta propulsiva e decisiva per una nuova e più completa visione di città intelligente, allora occorre che gli sforzi politici e gli investimenti economici, le implementazioni tecnologiche, vadano sempre più nella direzione di "abilitare" i cittadini e gli "utilizzatori" della città per intervenire direttamente nel loro sviluppo.

Le reali innovazioni dovranno essere individuate non più, o almeno non solo, nella dimensione tecnologica, ma soprattutto in quella sociale attraverso il diffondersi di forme organizzative inedite, in modelli nuovi di partecipazione dei cittadini, di forme di condivisione, nella diffusione di stili di vita, di interscambio e di consumo ispirati alla sostenibilità.

#### ***Un Manifesto per il Citizen Engagement***

L'importanza di un cambio di prospettiva, da top-down a bottom up, ci viene dimostrata anche dall'interesse istituzionale al tema, come ad esempio quello proveniente dalla

Comunità Europea. Come visto sin qui le istituzioni comunitarie sono state, oltre che i principali finanziatori dei progetti smart, anche sempre molto attente alle politiche di implementazione dei progetti, alla loro evoluzione e alla possibilità di miglioramento. Non è casuale, pertanto che nel 2015 sia stato commissionato uno studio dal titolo “Principles and enablers for citizen engagement: the experience from the European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities” e portato avanti dal ‘Citizen Focus’ action cluster.

“A fundamental change is required. With a better understanding of citizen’s motivations, cities and their partners could define effective strategies and tools to equip citizens to be actors in smart city systems. If smartly mobilized, the effect of citizen’s behaviour, choices, creativity and entrepreneurship could be enormous, offering huge untapped potential.”

Il *focus sui cittadini* deve principalmente servire a due obiettivi, fondamentali per realizzare le Smart city:

1. Mettere in condizione i cittadini, fornendo gli strumenti necessari, di risolvere i problemi che loro stessi indentificano, arrivando a realizzare proposte e iniziative guidate dai cittadini;
2. Facilitare e favorire il dialoghi tra gli stakeholder in cui la voce dei cittadini non venga solo ascoltata, ma diventi funzionale alla progettazione delle soluzioni, snellendo il processo e permettendo migliori risultati, maggiormente targettizzati.

Lo studio propone anche un vademecum su come aumentare l’engagement dei cittadini:

**principles and enablers for citizen engagement**

- Simple | Aim to facilitate understanding and usage
- Reciprocal | ‘Give for getting’ to create fair and lasting relationships
- Participative, balanced with representative | Understand benefits and limits of approaches
- Inclusive | Ensure solutions that are representative of the whole population
- Push approach not pull | Go where people are instead of assuming they will come to you
- Online – Offline balanced interventions | Understand benefits and limits of different settings

- Consciousness of privacy and rights | Build trust for citizens right from the start
- Conscious of citizens' feelings | Understand the feelings that flow on or under the surface
- Change-enablers with city stakeholders | Make the municipality a partner
- Wallet-savvy | Use citizens' own funds in Smart ways that benefit citizens

### 3.2.2 Theorizing the Smart People

Alla luce dei discorsi e delle rappresentazioni si è tracciato un “identikit” delle Smart people per individuarne le caratteristiche e le funzioni che devono/dovrebbero/potrebbero assumere le persone all’interno del modello Smart city.

Quello dell’identikit è uno strumento che volutamente non lascia spazio alla certezza, alla definizione e, allo stesso tempo, rappresenta un parametro di riferimento che potrebbe guidare la ricerca futura maggiormente centrata sugli attori sociali, individuali e collettivi.

A questo punto, parallelamente a quanto si è fatto in riferimento all’analisi sulle Smart city, si vuole procedere a individuare anche per le rappresentazioni di Smart people i processi culturali e ideologici che le hanno generate. Riprendendo Marciano (2015), la cui analisi sui paradigmi alla base dei modelli di Smart city è fondante, si proverà ad individuare quel’è il background teoretico che sta dietro alle rappresentazioni delle Smart people, quali teorie del cambiamento sociale sono più adatti a definire il tipo (i tipi) di profili di “persone smart”.

“Teorizzare” le smart people è uno strumento utile soprattutto alla luce di una prospettiva empirica maggiormente orientata alle persone: per analizzare ed interpretare le possibili evidenze di ricerca in questo ambito, occorre trovare le griglie conoscitive maggiormente coerenti con i fenomeni emergenti, e in grado di restituire uno sguardo sulla realtà sociale (urbana) più ampio e meglio definito.

Se, concordando con Marciano, le Smart city sono frutto dell’incontro di due paradigmi fondanti, quello informazionale (Castells, 1996) e quello ecologico (Beck, 2000), anche le rappresentazioni delle Smart people saranno permeate da questi modelli interpretativi della dimensione sociale.

Partendo dai paradigmi informazionale ed ecologico, e centrandoli sulla dimensione delle persone, abbiamo individuato i riferimenti teorici che ci sembrano essere i più

adatti a strutturare una dimensione teoretica che sia coerente con l'immagine delle Smart people per come è emersa dai discorsi all'interno del contesto Smart city.

Le riflessioni di carattere teorico che sono state individuate sembrano aderere quasi perfettamente alle rappresentazioni illustrate fin qui e, soprattutto, esse promettono di essere potenzialmente esplicative delle evidenze riscontrabili nelle pratiche quotidiane attraverso la ricerca empirica.

Il compimento delle tre "rivoluzioni" (la Rivoluzione delle reti sociali, la Rivoluzione di Internet e la Rivoluzione della telefonia mobile) alla base dell'ascesa della *Network society*, hanno ridisegnato profondamente il contesto tecnologico e le pratiche culturali e sociali. Abbiamo voluto evidenziare 3 aspetti scaturiti da questo processo, per declinarli rispetto a 3 diverse dimensioni delle "persone smart": *Experience*, *Knowledge* e *Sharing*.

### **3.2.2.1 Experience: mobile lives, glocal services**

Come si è visto più approfonditamente nel I capitolo di questo lavoro, tra le caratteristiche della *Network society* individuate da Castells vi è la trasformazione delle dimensioni dello spazio e del tempo nell'esperienza umana. Soprattutto in ottica spaziale, il sovrapporsi continuo dello spazio dei flussi con quello dei luoghi ha generato nuove dinamiche di movimento, soprattutto all'interno e tra le città.

La riconfigurazione dell'esperienza spaziale avviene attraverso il collegamento elettronico tra luoghi e persone fisicamente separate e crea un network di relazioni tra attività e individui a prescindere dallo specifico contesto di riferimento. Questo processo è fondato sull'utilizzo di *mobile device* connessi alla Rete, e quindi fondato su una dimensione fisica sebbene mobile. Grazie al *mobile networking* infatti, le esperienze di accesso alle reti virtuali vengono consumate localmente in mobilità e ridisegnano per certi aspetti l'esperienza dello spazio fisico degli utenti; le coordinate geo-spaziali, inoltre, sono a loro volta reinserite da questi ultimi nei propri network virtuali, come avviene (attraverso le tecnologie di geolocalizzazione) sulle piattaforme di *social*

*network* (Facebook, Instagram, Whatsapp, Foursquare, etc.), e nello spazio dei flussi vengono ri-mediati e risemantizzati.

I cambiamenti che negli ultimi decenni hanno permesso un aumento della quantità e della velocità di circolazione delle persone, degli oggetti e delle informazioni in tutto il mondo, hanno contribuito a far emergere un nuovo paradigma, quello della mobilità.

Il carattere nomade e fluido che caratterizza le nuove forme di mobilità è stato descritto in questa ottica paradigmatica da John Urry e Mimi Sheller (Urry e Sheller 2006). Con il paradigma delle *new mobilities* gli autori definiscono una cornice teorica e metodologica entro la quale le scienze sociali analizzano la società attraverso le dinamiche delle nuove mobilità, sottolineandone l'importanza politica, sociale e simbolica. Già a partire dagli anni 90' del XX secolo era possibile rintracciare una "mobility structure of feeling in the air" (Urry 2007, p.6). Il tema della mobilità, infatti, ha assunto a partire da quegli anni un ruolo centrale nell'agenda politica e accademica. Questo *Mobility turn* ha messo in evidenza la centralità dell'esperienza di mobilità nella vita quotidiana e nella costruzione delle identità individuale dei soggetti. Secondo questo paradigma il mondo contemporaneo è caratterizzato dal fatto che le persone vivono *mobile lives*, e ciò è interdependente dagli altri processi di comunicazione e connessione.

Una vita mobile implica "impegnarsi quotidianamente a ripetere operazioni di connessione e disconnessione, di registrazione, di entrata e uscita da diversi sistemi secondo specifiche procedure".

Gli spostamenti, inoltre, non riguardano più solamente le persone o le merci, ma coinvolgono al contempo corpi, oggetti, immagini e immaginari, i quali si trovano ad attraversare sia gli spazi reali dei luoghi fisici, che gli spazi virtuali dei flussi comunicativi (informazioni, internet, piattaforme di social networking). La mobilità è declinata al plurale perché ci sono differenti *mobilities* che sono interdependenti e che in qualche modo modellano e organizzano la vita sociale intorno alle categorie della prossimità/distanza, presenza/assenza, mobilità/immobilità:

- The corporeal travel
- The physical movement of objects

- The imaginative travel
- The virtual travel
- The communicative travel

(Büscher, Urry, Witchger, 2010, p. 5)

Il *New Mobilities Paradigm* rompe con il presupposto fondativo delle scienze sociali del ventesimo secolo per le quali ciò che è “sociale” è da intendere come costituito da un insieme di relazioni intense tra gli individui in prossimità fisica: viene sostenuto, invece, che le nuove possibilità di viaggio unite alle tecnologie della comunicazione, hanno permesso la proliferazione di connessioni a distanza e che tali connessioni, lontane e intermittenti, siano però fondamentali nella vita sociale.

La nuova morfologia sociale è costituita da reti con più nodi collegati in modo non uniforme in tutto il mondo. Questa rete crea un collegamento indissolubile tra persone e macchine e porta all’evoluzione della *global mobile networks*.

La mobilità diviene centrale nella costruzione della vita quotidiana delle persone e quindi centrale nei processi di formazione e riformazione delle **identità** contemporanee: viaggi, trasporti, turismo e comunicazione sono dimensioni direttamente collegate alla costruzione identitaria e alla performatività. Gli elementi concettuali delineati da questo approccio intrecciano dimensione individuale e sociale, tecnologica e psicologica, locale e globale:

- mobilità miniaturizzate: sistemi digitali, tecnologie che creano/permangono di adottare stili di vita mobili
- immagazzinamento delle percezioni e recupero: dispositivi utilizzati come “deposito” di affetti e stati d’animo
- capacità d’incontro
- vite di quartiere
- individualità portatili
- luoghi ambientali
- individui globali

Muoversi risponde alle nuove esigenze di un individuo *networked* (Castells 1996; Rainie, Wellman, 2012) che si sposta virtualmente e fisicamente all'interno dei propri network sociali fluidi e territorialmente dispersi, e le cui pratiche di interazione avvengono in ambienti online e offline senza soluzione di continuità. Internet ha amplificato il potere comunicativo e relazionale delle persone, rispondendo al crescente bisogno di condivisione di esperienze e conoscenze; inoltre ha permesso l'accesso a un insieme non quantificabile di informazioni e contenuti di ogni tipo.

Infine, le tecnologie del *mobile* consentono di essere *always on* (ovvero perennemente connessi alla Rete) e permettono alle persone che si spostano un accesso continuo alle informazioni. Si creano così nuove esperienze di mobilità, ma anche occasioni per instaurare un nuovo rapporto con lo spazio urbano e nuove modalità di interazione con gli oggetti del mondo fisico nel quale le tecnologie diventano sempre più pervasive (*smart places*). I *location-based service*, ad esempio, attraverso la geolocalizzazione, offrono un importante servizio informativo che tiene conto delle coordinate spaziali degli utenti sul territorio, ciò risulta strategico soprattutto nei contesti urbani. Anche l'*Ubiquitous computing*, ovvero l'onnipresenza e la disseminazione nell'ambiente quotidiano di dispositivi di elaborazione, è una forma di potenziamento dello spazio fisico. Attraverso l'estensione di Internet al mondo degli oggetti (*Internet of Things*) è possibile creare sistemi di Realtà aumentata ai quali chiunque può accedere con il proprio dispositivo connesso alla rete.

Un altro aspetto caratteristico dei *mobile device* è che garantiscono una connessione continua delle persone con i propri network sociali, permettendo loro di agire in modo coordinato con gli altri, e di gestire e organizzare al meglio il proprio progetto di mobilità. Quello che si vuole far emergere da questa seppur breve e non esaustiva ricognizione teorica è che la mobilità, intesa sempre più come "be always on the move", emerge come esigenza di prossimità fisica e di connessione sociale seppur con obiettivi diversi (ad es. per lavoro, per studio, per il tempo libero etc.) e diventa un vero e proprio *way*

*of live*. Si assiste dunque a una crescente convergenza tra trasporti e comunicazioni, tra network sociali fisici ed elettronici, e ciò sta cambiando le pratiche della co-presenza introducendo nuovi tipi e forme di mobilità.

Tra le conseguenze di queste *vite mobili* c'è la "glocalizzazione dei servizi": le persone si muovono continuamente tra città globali, portando con sé i loro bisogni nei contesti locali in cui si recano, e richiedendo spesso gli stessi servizi ovunque, contribuendo a globalizzare il mondo attraverso le loro pratiche. Il processo di *glacalization* sembra dispiegarsi secondo la seguente logica:

La dimensione locale è strategica quando si tratta di immaginare, creare e portare al successo nuovi servizi o prodotti. Accade però, nell'economia di mercato globalizzato, che prodotti e servizi attraversino le barriere e i confini dei territori (geografici o culturali) e queste esperienze, esperimenti o prodotti, incontrino la dimensione globale. Altrettanto spesso succede che essi si radichino di nuovo localmente, in una forma che è inevitabilmente alterata, adattata al nuovo contesto in cui si inseriscono, plasmata dalla dialettica tra i due piani del globale e locale, che spesso non esclude lo scontro rispetto alle diversità politiche, economiche, ambientali e culturali.

### **3.2.2.2 Knowledge: Skilled and educated people, responsible consumption and participatory culture**

Tra le conseguenze dell'*informazionalism* (paradigma che, insieme all'ecologismo, costituisce il framework culturale che sta dietro i processi di ideazione della Smart city) vi è la trasformazione del mercato del lavoro. Da questa trasformazione sono emersi due tipi di workers che afferiscono rispettivamente al "self-programmable labor" and "generic labor".

Al primo appartengono i *talented workers* ovvero lavoratori altamente formati e competenti, con una elevata autonomia decisionale, che sono sempre più fondamentali nelle strategie delle imprese.

Dall'altro lato ci sono i *generic workers*, poco specializzati, che eseguono istruzioni e assolvono compiti generici. L'emergere di questo tipo di profili ha realizzato le condizioni strutturali per l'ascesa di un nuovo tipo di economia: la *knowledge economy*. In questo tipo di struttura economica il capitale è costituito dalla conoscenza.

I ricercatori hanno gradualmente iniziato ad esplorare le connessioni tra la concentrazione di *knowledge capital* e sviluppo dei territori urbani per comprendere come e perché l'innovazione emerge in determinati contesti spaziali (come ad esempio nella Silicon Valley).

Le ricerche hanno messo in evidenza quanto le siano le *skilled and educated people* che svolgono un ruolo fondamentale nella promozione della crescita e del successo della città. Le persone più qualificate contribuiscono alla crescita della città in modo da facilitare il flusso di idee, reinventando la struttura economica di una città, e creando più servizi (Jacobs 1969; Florida, 2002; Glaeser e Saiz 2004; Glaeser 2005; Shapiro 2006).

Una delle loro caratteristiche è l'elevata mobilità, intesa sia come libertà e capacità di spostamento, che come dinamismo nel mercato del lavoro.

Ma chi sono le *skilled people*?

Agli inizi degli anni '90 venne identificata una nuova *international middle class*. Guido Martinotti (Martinotti 1993) condusse la riflessione sui cambiamenti morfologici urbani suggerendo l'emergere di una quarta popolazione urbana che andava ad affiancarsi alle altre tre (residenti, pendolari, city user): quella dei *metropolitan businessman*, ovvero di quanti si recano in città per affari e scambi, o stabilire contatti professionali. Come indicato dall'autore, questa popolazione è composta da persone che hanno consumi più qualificati e richiedono servizi di alto livello, pressoché gli stessi in ogni città che visitano, contribuendo all'internazionalizzazione e/o alla globalizzazione dei centri metropolitani (Sassen 1992). Inoltre la loro attività è un mix di lavoro e *leisure* e questo li rende attivi anche nei consumi culturali. E' la nascita di una *nuova classe media internazionale* "che si muove molto rapidamente da una parte

all'altra del globo, ma che dovunque richiede più o meno le medesime cose (...) sono persone che vivono tra le città più che nelle città" (Martinotti 1993, p. 170).

Tra le caratteristiche di questo tipo di "popolazione" si possono identificare (Costa, 2013):

- 1) *Mobility*: travel know-how (congress and business tourism, frequent flyers, low-cost consumers, short breaks, etc.);
- 2) *Intellectualization*: search for active roles in order to learn with the five senses, polysensoriality;
- 3) *Cosmopolitanism*: mental opening to all types of social and cultural differences and appreciation of biodiversity, following the influence of the values of sustainability;

Quasi contestualmente a questa analisi, nel 2002, Richard Florida racconta l'ascesa di una nuova classe, la *creative class*. Anche questa ha trasformato "work, leisure, community & everyday life", e "is moving to high quality amenities and experiences" (Florida 2002). La "classe creativa" di Florida è il fulcro dell'economia della conoscenza prodotta dall'*information society e network society* (Castells 1996), e il suo *core* è formato da "scientists, engineers, university professors, poets, novelists, artists, designers, actors, entertainers, nonfiction writers, editors, cultural figures, analysts, opinion makers". Questo profilo è decisamente in linea con il *ceto medio internazionale* di cui parla Martinotti, costituito come si è visto dalle metropolitan business person che fanno della conoscenza scientifica/culturale una risorsa distintiva: "dai dipendenti della city londinese agli ingegneri finlandesi o indiani, dai pubblicitari parigini ai legali degli studi newyorkesi, dalla gente dello spettacolo televisivo e cinematografico californiano ai finanziari spagnoli o olandesi, dai biotecnologi agli informatici" (Costa 2008, p. 30). Ciò che contraddistingue i creativi per Florida è la compresenza dei tre "fattori T": Tecnologia, Talento e Tolleranza. Le persone che presentano queste doti tendono a insediarsi nelle aree dove vive un maggior numero di persone con doti simili, dove gli

stili di vita sono più aperti, mutevoli, dove i comportamenti innovativi si mischiano con le capacità intellettuali e con la possibilità di stringere relazioni aperte, seppur deboli, con numerosi individui dotati di analoghe caratteristiche. La creatività riesce a questo punto a diffondersi nelle organizzazioni produttive tradizionali, ad incentivare all'impegno personale, a portare più in alto in un circolo virtuoso le frontiere produttive. Per Florida esiste un nucleo supercreativo composto da scienziati e ingegneri, poeti e romanzieri, docenti universitari, artisti, attori, stilisti ed architetti, oltre a figure del mondo culturale, opinionisti, programmatori di software, architetti e registi cinematografici. I supercreativi sono pagati regolarmente per compiere attività creative. Oltre a questo nucleo centrale fanno parte della classe creativa i dirigenti nelle imprese high tech, nei servizi finanziari, nelle professioni legali, sanitarie, aziendali. Agli inizi degli anni 2000 la classe creativa negli Stati Uniti comprenda ormai circa il 30% dell'intera forza lavoro del paese. Le retribuzioni della classe creativa sono mediamente più alte di circa il doppio di quelle degli appartenenti alla classe dei servizi, operaia e dell'agricoltura.

Ma la conoscenza oltre a incidere direttamente sullo *status* e sull'ambito di azione economico delle persone, interviene anche in altri aspetti che investono la sfera individuale e sociale: il consumo e la partecipazione.

Se intendiamo infatti la *knowledge* come competenza (capacità di utilizzo delle tecnologie digitali) e consapevolezza (possibilità di informarsi e condividere informazioni), abilitata e potenziata dall'utilizzo delle nuove tecnologie *mobile* e dalla connettività diffusa, allora bisogna introdurre altri due tipi di fenomeni sociali, il primo inscritto nel paradigma informazionale, il secondo nel paradigma ecologico.

Con l'esplosione delle tecnologie digitali e alla diffusione pervasiva della connettività di rete e delle pratiche di networking è emersa una cultura di tipo partecipativo:

«Una cultura partecipativa è una cultura con barriere relativamente basse per l'espressione artistica e l'impegno civico, che dà un forte sostegno alle attività di produzione e condivisione delle creazioni e prevede una qualche forma di mentorship

informale, secondo la quale i partecipanti più esperti condividono conoscenza con i principianti. All'interno di una cultura partecipativa, i soggetti sono convinti dell'importanza del loro contributo e si sentono in qualche modo connessi gli uni con gli altri (o, perlomeno, i partecipanti sono interessati alle opinioni che gli altri hanno delle loro creazioni)<sup>104</sup>.»

La *Cultura partecipativa* si caratterizza per una straordinaria attivazione delle *audience* rispetto alla capacità di rintracciare, rieditare, creare e scambiare contenuti mediali. Si sostiene, inoltre, su una forte motivazione individuale che punta alla condivisione e alla collaborazione tra tutti coloro che prendono parte ai diversi ambienti di comunicazione. Tale tensione creativa trova espressione nelle pratiche di cooperazione interpretativa proprie del *fandom*, nelle argomentazioni e nei post di commento dei blog, che segnano il tratto distintivo di quella che Jenkins chiama *Convergence culture*: “una cultura in cui vecchi e nuovi media si scontrano, dove forme mediali generate dal basso e dall’alto si incrociano, dove il potere della produzione mediale e quello del consumo interagiscono in modi imprevedibili<sup>105</sup>”.

Il mondo digitale ha generato classi creative digitali in grado di portare avanti forme partecipative dal basso. È importante sottolineare questo aspetto perché i consumi (su un piano trasversale, siano essi culturali o utilizzo di servizi) si muovono sempre più spesso su un terreno di negoziazione tra chi eroga servizi (o contenuti) e chi se ne appropria, li personalizza, li ridefinisce in base alle proprie esigenze. L’aspetto *producer* è fortemente presente nelle pratiche, come il fenomeno dei *makers*.

“I *makers* sono appassionati di tecnologia, educatori, pensatori, inventori, ingegneri, autori, artisti, studenti, artigiani 2.0. Sono persone che, con un forte approccio innovativo, creano prodotti e servizi spostando sempre più la logica del “Do It Yourself” verso il “Do It With Others”. Sono, infatti, una comunità internazionale e condividono informazioni e conoscenze sia attraverso il web sia attraverso veri e propri luoghi fisici, i cosiddetti *Fab Lab*. Usano

---

<sup>104</sup> Jenkins, H., *Culture partecipativa e competenze digitali: media education per il XXI secolo*, p.56

<sup>105</sup> H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006, tr. it., *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano 2007, p. 12.

macchinari come frese o stampanti 3D ma anche software e hardware open source che si possono scaricare gratuitamente dal web per dare vita a qualcosa di originale. I makers, oggi, vengono identificati come un vero e proprio movimento culturale dalle enormi potenzialità sul piano dello sviluppo sociale e economico, grazie alla loro capacità di esplorare nuove strade o semplicemente di percorrere in modo “moderno” quelle esistenti<sup>106</sup>.”

Lo stravolgimento della vita individuale e sociale operato dall’informazionalismo, ha avuto, quindi, un forte impatto nel ridefinire la relazione tra la produzione, la distribuzione e il consumo delle forme culturali simboliche della società.

Ma le nuove possibilità di accesso alle informazioni, la conoscenza condivisa, sono intervenute anche nelle pratiche di consumo di beni e servizi. A una maggiore consapevolezza ha corrisposto una maggiore responsabilità soprattutto rispetto alle questioni ambientali, all’utilizzo e allo spreco delle risorse, conducendo a un tipo di consumo maggiormente critico. Fondato sui valori della “sostenibilità” ambientale, sociale ed economica, e quindi sul rispetto degli altri, delle generazioni attuali e future, sul rispetto della differenza e delle diversità, rispetto dell’ambiente e delle risorse.

Il *consumo critico*, anche definito *etico e/o responsabile* prevede scelte di acquisto consapevoli, in grado di influenzare, in maniera più o meno determinante, i comportamenti delle piccole e grandi aziende, inducendo il mercato nella direzione di sistemi di produzione e distribuzione che siano appunto sostenibili, etici e responsabili, incentivando e sostenendo un modello alternativo di sviluppo economico, la *Green economy*.

Fattori quali la sostenibilità ambientale del processo produttivo, il rispetto dei diritti dei lavoratori, le attività di lobbying politica dell’azienda produttrice, determinano le scelte d’acquisto di un consumatore critico, desideroso di premiare i sistemi produttivi etici e responsabili, e scoraggiare, di conseguenza, le politiche consumistiche scorrette. Il consumatore è investito di una responsabilità morale, è chiamato ad essere un cittadino attivo, in grado di avere/trovare le informazioni necessarie sui prodotti che

---

<sup>106</sup> Definizione di *Makers* fornita sul sito della “Maker Faire” <http://www.makerfairerome.eu/it/chi-sono-i-maker>

deve scegliere e sui comportamenti da adottare.

Il consumo etico e critico non fa riferimento soltanto alla sfera dei beni materiali, ma può riguardare anche il settore dei servizi e delle telecomunicazioni, il consumo energetico, il riuso dei beni, la condivisione e l'auto-produzione di alcuni prodotti. Uno stile di vita che induce a scelte consapevoli e responsabili tanto i consumatori quanto le aziende.

Uno studio *Nielsen*, azienda leader globale nelle misurazioni e analisi relative ad acquisti e consumi, condotto nel 2012, ha delineato il profilo del *consumatore globale "socialmente consapevole"*.

A livello mondiale i consumatori socialmente consapevoli sono giovani (il 63% è di età inferiore ai 40 anni), consultano i social media quando devono prendere decisioni d'acquisto e si preoccupano di questioni ambientali, educative e di alimentazione. L'indagine *Global Corporate Citizenship* di Nielsen, condotta intervistando oltre 28.000 utenti internet in 56 Paesi ha dimostrato che il 46% dei consumatori globali è disposto a pagare di più per prodotti e servizi di aziende che hanno sviluppato programmi di responsabilità sociale.

Questi dati sui cambiamenti di orientamento dei consumatori, e sulla loro diffusione, sono fondamentali perché permettono non solo alle aziende e ai brand, ma a chiunque voglia fornire un servizio che abbia a che fare con i valori della sostenibilità ambientale, economica e sociale, di raggiungere il consumatore socialmente consapevole intercettandone i bisogni pratici e soprattutto simbolici. Inoltre è bene evidenziare l'importanza, per i consumatori, della comunità e del network sociale: i consumatori socialmente attenti si fidano dei consigli da parte di persone che conoscono (95%) e cercano pareri e informazioni pubblicate online da altri consumatori (76%). I consumatori socialmente consapevoli sono, inoltre, più propensi, rispetto ad altri partecipanti alla ricerca, a utilizzare i social media per prendere decisioni d'acquisto (59% rispetto al 46% sul totale degli intervistati).

### **3.2.2.3 *Sharing: network individualism and collaborative consumption***

A partire dalla diffusione in ambito scientifico del paradigma informazionale, si sono susseguite altre riflessioni altrettanto paradigmatiche che in questa sede vogliamo riprendere per meglio rispondere all'obiettivo che ci si era preposti: spiegare i processi culturali che stanno dietro all' "identikit" delle smart people.

Abbiamo visto come le tecnologie della comunicazione rendono maggiormente visibili dinamiche che vedono i soggetti muoversi senza soluzione di continuità tra ambienti off- e ambienti online: non si tratta di spazi separati, ma di ambienti sempre più embedded nella vita quotidiana e sociale. Ebbene, un'altra conseguenza di questi processi (oltre a quella che abbiamo già visto delle *vite mobili*) è racchiusa nell'etichetta *networked individualism*.

Il *networked individualism*, termine coniato da Castells ma reso popolare da Wellman e Rainie, rappresenta il passaggio da una dimensione di appartenenza legata alla comunità, alle gerarchie, ai gruppi sociali, a un'altra rappresentata dal *network* inteso come forma sociale.

*Individualism* non comporta isolamento o chiusura competitiva nei confronti degli altri: cambia la natura delle "relazioni" tra le persone che operano come individui il cui legame è di tipo connettivo, più che come membri integrati di un gruppo.

Le caratteristiche di questo tipo di rapporti e pratiche sociali è che sono:

- *Personalì*: l'individuo è posto al centro del proprio network su cui opera in modo autonomo esattamente come quando utilizza un PC;
- *Multiutente*: l'individuo interagisce con una pluralità di interlocutori, fortemente differenziati come se fosse il cardine di un "sistema solare" costituito da mille o duemila persone che orbitano intorno a lui;
- *Multitasking*: l'individuo compie, più o meno simultaneamente, un quantità di operazioni differenti e supera, quasi inavvertitamente, la soglia che distingue i tempi assegnati alle singole specifiche attività.

Gli individui networked si muovono all'interno di un ambiente sociale caratterizzato dalla fluidità: i network subiscono frequenti cambiamenti nella composizione e i singoli imparano a fare affidamento su forme di "appartenenza parziale" a una molteplicità di reti di relazione. Gli individui si muovono rapidamente attraverso i loro network sociali. Ogni persona agisce separatamente nei suoi network per ottenere informazione, collaborazione, direttive, ordini, supporto, sociabilità e senso di appartenenza.

Quasi paradossalmente questo tipo di "individualismo" che però è connesso, quindi mai isolato, ha condotto alla nascita di nuove pratiche sociali che hanno una natura collaborativa che sono legate alla natura *networked* delle relazioni e abilitate dalle tecnologie: ci riferiamo al Consumo collaborativo.

Esso trova il suo fondamento nelle relazioni peer-to-peer che sono tipiche dei network sociali individuali.

Partiamo dall'assunto che il consumo condiviso non è un'idea nuova. Antropologi e studiosi dello sviluppo identificano nel principio di reciprocità una delle basi del comportamento umano. E' a partire dagli anni 2000, però, che questo tipo di comportamento di consumo si diffonde come pratica globale e che arriva a strutturare il modello economico ancora in divenire della ***Sharing Economy***.

La pubblicazione, nel 2010, ad opera di Roo Rogers e Rachel Botsman di "*What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*", rappresenta la svolta paradigmatica vera e propria: dalla teoria si passa all'analisi concreta di strutture e modelli di un sistema che si propone di rivoluzionare le dimensioni del consumo e del possesso così come erano intese fino a qualche anno fa:

"New forms of sharing have emerged in recent years, in part as a result of the Internet. What is innovative about today's sharing is that it is a market form in which strangers—rather than kin and communities—exchange goods and services. This contemporary sharing economy creates new ways of provisioning goods and services and opportunities for what we have called connected consumption, and what others have termed collaborative consumption. Connected

consumption is predicated on peer-to-peer relationships rather than existing market actors to mediate exchange.<sup>107</sup>»

Come evidenziato da Juliet Schor (Schor, 2015), una delle più attente studiose di questo fenomeno, le caratteristiche strutturali di questo tipo di esperienza di consumo sono fondate su:

- re-circulation of goods
- optimizing the use of durable goods
- connected consumption involves the exchange of services
- creation of more social connection and social experience

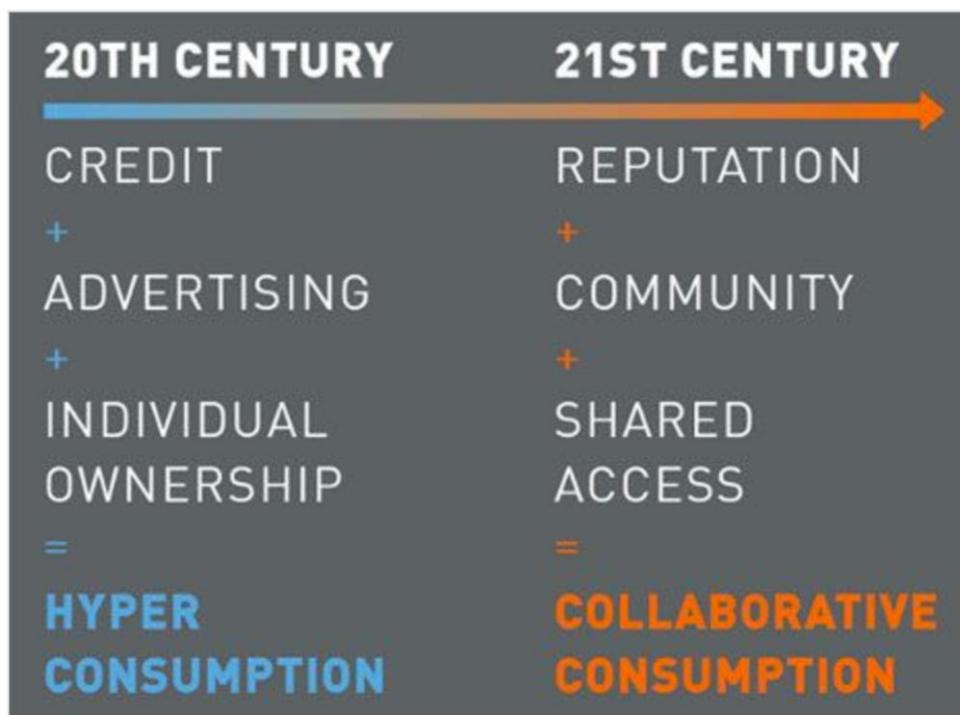
Per quel che concerne, invece, il campo delle motivazioni che stanno dietro queste scelte di consumo collaborativo, esse sono essenzialmente 4:

1. motivazione *economica*: “Because these sites are peer-to-peer they are able to re-distribute value across the supply chain, to producers and consumers, and away from middlemen. They both deliver more value to consumers and create new incomeearning opportunities for producers”
2. motivazione *ecologica*: “to reduce ecological impact, including carbon and ecofootprints. Most sites advertise their green credentials and impacts, and many of the users care about eco-impact”;
3. Motivazione *sociale*: “to increase social connection and build social networks”;
4. Motivazione *ideologica*: “many participants are ideologically committed to the concepts of sharing and collaborating, and many have critiques of market provision, especially in services.”

---

<sup>107</sup> Schor, Juliet B., and Connor J. Fitzmaurice. *Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy.* " Handbook of research on sustainable consumption (2015): 410.

Figura 10 Caratteristiche del Consumo collaborativo



L'apertura alla condivisione, che spinge verso la fruizione piuttosto che verso il possesso, è sospinta da un lato dalla necessità del risparmio basata sulla carenza di risorse e dall'altro si rivela una scelta di tipo valoriale.

La Sharing economy è, dunque, risparmio economico ma soprattutto di risorse, utilizza l'innovazione per obiettivi sostenibili a livello ambientale e sociale. Sebbene non sia esente da contraddizioni (sfruttamento del lavoro, *dumping*, neocapitalismo, precariato), essa rappresenta di sicuro il tentativo di un modello economico alternativo, di un cambio paradigmatico rispetto all'idea di possesso e delle categorie utilizzate finora a proposito dei consumi.

Figura 11 Fasi principali dello sviluppo della Sharing Economy



### 3.2.3 The perfect imperfection of Smart People

Come la Smart city, anche le Smart people sono un concetto *fuzzy*, il cui volto cambia fisionomia a seconda delle prospettive e degli approcci da cui lo si osserva. Pertanto sarebbe stato incoerente cadere nella tentazione di una sua definizione.

In compenso, alla luce dell'analisi linguistica (delle narrazioni istituzionali, corporate e accademiche) e teorica (dei paradigmi a cui riferimento), è possibile proporre quantomeno un "identikit" delle Smart People.

Lungi dall'essere esaustivo, e volutamente *open*, esso rappresenta un *frame*, uno strumento in grado di individuare e raccogliere le diverse dimensioni che appartengono alle persone smart per come sono state rappresentate finora.

## Smart people Identikit

<b>Who Smart people MUST be</b>	Users (invisible)
<b>Who Smart people SHOULD be</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creative</li> <li>Educated-skilled</li> <li>Flexible</li> <li>Cosmopolite – Open mind</li> <li>Partecipating in public life</li> <li>Driver of change</li> </ul>
<b>Who Smart people COULD be</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Active</li> <li>Empowered</li> <li>Informed</li> <li>Networked</li> <li>Connected</li> <li>Competitive</li> </ul>
<b>Who Smart people WILL be</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engaged</li> <li>Aware</li> <li>Collaborative</li> <li>Sharer</li> <li>Maker/Prosumer</li> </ul>

Abbiamo visto che la Smart city non è un sistema perfetto, ne sono stati precedentemente in questo lavoro i limiti e le contraddizioni; di riflesso anche le Smart people, frutto di quel modello concettuale, ci inducono a un'analisi critica.

La disamina delle caratteristiche attribuite alle Smart people, e delle problematiche a queste connesse, è sospinta dai paradigmi teorici che sottostanno al concetto di Smart people.

### **3.2.3.1 Powerless**

L'emergere della *Knowledge economy* ha prodotto il capitalismo cognitivo-culturale e l'emergere di nuove forze di produzione. Questo processo ha dato maggiore potere alle *skilled and educated people* che ritroviamo ben descritte nella *creative class* di (Florida, 2002) o nel *ceto medio internazionale* (Martinotti, 1993; Costa, 2008): questi sembrano essere presi interamente a modello dal paradigma Smart city per definire le Smart people, individuare come componente strategica in grado di guidare la città verso la rivoluzione smart.

Ma il capitalismo cognitivo-culturale ha creato nuove classi e nuove forme di marginalità: l'aumento delle ineguaglianze salariali tra i lavoratori scarsamente qualificati e quanti appartengono all'élite transazionale ha generato una nuova stratificazione sociale, creando da un lato una classe con potere decisionale e di autodeterminazione, e dall'altra una classe priva di autorità.

Ciò che qui è interessante sottolineare è che la Smart city si configura "come laboratorio d'affari per il nuovo capitalismo cognitivo-culturale che mixa informazioni, estetica, socialità, mobilità" (Costa, 2014). Ciò significa che questa *élite*, in fondo, rappresenta il modello ideale di cittadini e utilizzatori di servizi a cui si ispirano i discorsi e i progetti posti in essere nell'ambito delle Smart city quando queste narrazioni incontrano lo *Human factor*, o più semplicemente, le persone. Se alla domanda: "Chi comanda nella Smart city?" la risposta è "i professionals del capitalismo cognitivo culturale" (Costa, 2014) allora è tra le fila di questa élite che vengono individuati i *driver* del cambiamento. Sebbene questo passaggio è fondamentale perché sposta il focus dell'azione dai poteri istituzionali e corporativi a quello delle persone, ci induce allo stesso tempo a fare delle riflessioni su fatto che esiste qualcuno che rimane inevitabilmente tagliato fuori da questo processo di innovazione e sviluppo, ma il cui contributo è fondamentale per

raggiungere gli obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica che sono propri della Smart city.

### **3.2.3.2 *Immibile***

Si è parlato di vite flessibili, liquide, sempre più mobili e fluide, nella dimensione spaziale quanto in quella sociale e del mercato del lavoro. In compenso però bisogna fare i conti con l'immobilità o, peggio, la mobilità forzata, come per i profughi, i richiedenti asilo, per i quali la mobilità non è una scelta ma qualcosa di inevitabile.

Anche quando si parla di mobilità si parla di potere perchè la libertà di movimento è distribuita in modo diseguale e si trasforma in un valore di prestigio, uno status, un fattore di stratificazione-disuguaglianza sociale.

La mobilità ristruttura il consumo, il piacere, il lavoro, le amicizie e la vita di famiglia e ha delle forti implicazioni sulla vita emotiva e sociale. La mobilità genera vantaggi sociali, finanziari, emotivi e pratici, quindi influisce direttamente sul "capitale di rete" (Urry 2007) che le persone hanno a disposizione, ovvero sulla capacità di gestione e ampliamento dei propri network sociali.

Gli stili di vita mobili sono direttamente legati, quindi, alla capacità di muoversi delle persone, ovvero al proprio *capitale di mobilità* che è rappresentato dalle possibilità e libertà di movimento spaziale.

Ma ci sono degli squilibri e delle disparità di distribuzione del capitale di mobilità, e quindi anche di rete, che fanno emergere, sempre più forte, un "diritto al movimento" (Elliot and Urry, 2013) che sicuramente deve rientrare negli obiettivi di una città che sia in grado di eliminare le disuguaglianze.

### **3.2.3.3 *Disconnected***

Sebbene talvolta menzionato all'interno dei discorsi sulla Città intelligente, il *digital divide* rimane uno dei principali ostacoli alla realizzazione delle Smart city, il collo di

bottiglia che impedisce un'ampia e piena inclusione delle persone all'interno dei processi decisionali e partecipativi che possono essere implementati.

Il divario digitale, o digital divide, è il divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare personal computer e internet) e chi ne è escluso, in modo parziale o totale. I motivi di esclusione comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello d'istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età o di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Oltre a indicare il divario nell'accesso reale alle tecnologie, la definizione include anche disparità nell'acquisizione di risorse o capacità necessarie a partecipare alla società dell'informazione. Il termine digital divide può essere utilizzato sia per riferirsi ad un divario esistente tra diverse persone, o gruppi sociali in una stessa area, che al divario esistente tra diverse regioni di uno stesso stato, o tra stati (o regioni del mondo) a livello globale.

***III PARTE - AN EVALUATION OF PEOPLE  
“SMARTNESS”: RESEARCH DESIGN,  
METHODS AND PERSPECTIVES***

#### 4 ALTERNATIVE STORIES: UNA PROSPETTIVA DI RICERCA

La maggior parte dei problemi urbani sono sociali come la povertà, le discriminazioni, la disuguaglianza, il crimine e la marginalità, problematiche molto spesso esacerbate da certe strategie politiche ed economiche. Una risoluzione di questi tratti critici non sembra poter provenire solamente dall'implementazioni di soluzioni tecnologiche, anche le più innovative e sofisticate.

Il modello "Smart city" si pone come risposta a questa complessità e a questi problemi, ma, come si è già sottolineato, finisce per non risolverli ma con il perpetuare (sebbene in forme diverse), disuguaglianze e disparità. La mancanza di interesse (Holland, 2015), da parte delle istituzioni, nell'includere effettivamente i cittadini in un processo decisionale davvero democratico, e l'assenza di un loro reale coinvolgimento, partecipazione e controllo negli *Smart city project*, ha portato ad aspre critiche al modello Smart city.

I limiti della smartness, così come intesa nel discorso sulle smart city, come abbiamo visto sono proiettati di riflesso sulle Smart People.

È possibile considerare un'alternativa, ovvero un nuovo di pensare la "smartness", sia in riferimento alla città che alle persone, oltre alle forme che sono emerse fino ad oggi?

«The alternative smart city already exists, comprising myriads of initiatives where technology has been used to empower community networks. However, contrary to corporate storytelling, no straightforward narrative about the smart city emerges from these initiatives, because they are driven by diverse political motives and smartness only makes sense within a system of values and aims. Alternative storytelling about smart cities is fruitful but it requires one to move beyond critique and beyond a mere contrast between corporate grand schemes and what easily might be perceived as anecdotal small-scale actions» (Staffans and Horelli, 2014)

Una narrazione alternativa è possibile, dunque, se si è pronti a dare voce ai discorsi delle persone che le città le abitano, le vivono, le consumano, ne rimescolano le dimensioni simboliche e spaziali attraverso le loro pratiche quotidiane.

Una prospettiva che si apre per la ricerca sociale è quella di esplorare "smaller scale, community-based and more socially progressive uses of new technologies" (Holland 2015, p. 68)

Un cambio di prospettiva è possibile se si riparte dalle pratiche, dai progetti, dagli esperimenti di successo o innescati da iniziative dal basso, per capirne le logiche e creare un discorso alternativo a quelli portati avanti finora dalle istituzioni, dalle corporation e dal mondo accademico. Questa operazione è possibile all'interno stesso del "paradigma" Smart city una volta che si sono comprese le sue dinamiche economiche, politiche ed i poteri, ma anche le sue potenzialità.

Guardando oltre gli approcci "celebrativi" quanto quelli "critici" è possibile individuare una "terza via" che sembra trovare pian piano spazio nella letteratura (Staffans and Horelli, 2014). Questo nuovo filone propone un'analisi più profonda e ampia dei casi concreti di *smart city projects*, unita alla volontà di comprendere come le nuove tecnologie urbane sono utilizzate, negoziate e sovvertite dai cittadini.

Alla luce di queste riflessioni viene proposto di seguito un modello *in nuce* di riferimento per ragionare sulla ricerca sociale e sui suoi obiettivi per far fronte alle esigenze emerse fin qui.

Figura 12 Prospettive per la ricerca sociale in ambito Smart City

Esigenza	Obiettivo	Metodi e tecniche (approccio quanti-qualitativo)
Riabilitare la presenza delle persone (siano esse smart o meno) nella visione, nella costruzione identitaria, di un nuovo modello di città	Ricostruire narrazioni alternative sulla "Smart city"	Focus Group Interviste Content Analysis Cluster Analysis Sentiment analysis Survey
Proporre una prospettiva <i>human-centred</i> di progettazione dei servizi, che permetta di considerare gli effettivi bisogni delle persone	Co-design	Focus Group Interviste Web And Mobile Data Analytics Test And Usability Study

e abbattere le barriere che creano esclusione		User Experience Design Survey
Analizzare le pratiche di azione urbana bottom-up (iniziative e progetti “smart” provenienti dai cittadini-abitanti), in modo da comprenderne l’universo di valori a cui fanno riferimento i “comportamenti sostenibili”	Comprendere le dinamiche di cambiamento dei valori	Focus Group Interviste Network Analysis Osservazione Survey

## 5 RESEARCH START UP: PROVE TECNICHE DI RICERCA EMPIRICA

Per poter capovolgere la prospettiva “From Human Factors to Human Actors” (Bannon 1991, *The Role of Psychology and Human-Computer Interaction Studies in System Design*) abbiamo suggerito una prospettiva di ricerca che possa dare voce alle narrazioni delle persone che vivono e abitano le città, che abbia come obiettivo la possibilità di includere gli *users* nel processo di progettazione dei servizi e che parta dall’analisi delle *smart people initiative* (in ottica bottom-up) per meglio comprenderne le dinamiche simboliche e valoriali, oltre che di cambiamento sociale, che possono esserci dietro.

È stato inoltre proposto un approccio metodologico quali-quantitativo (Trobia, 2005) perché probabilmente maggiormente in grado di restituire la complessità dei processi in divenire.

Nonostante l’aver individuato un certo tipo di percorso di indagine, la presente ricerca si è dovuta riscontrare con le difficoltà oggettive di trattare un fenomeno in divenire.

Pertanto è stato difficile, per non dire impossibile, poter dare continuità e completezza al processo teoretico sviluppato fin qui attraverso una ricerca empirica che fosse figlia delle considerazioni sulle possibili prospettive di ricerca dell’approccio proposto.

Come è emerso non ci sono molti casi e progetti compiuti, di particolare successo che possano contenere tutte le dimensioni che vogliamo investigare.

### 5.1 Domanda di ricerca

Ma se una delle domande che guidano la presente ricerca è: “Chi sono le Smart People?”, l’obiettivo di trovare una o più risposte è possibile, ed in parte è stato raggiunto.

Si è infatti già definito un “identikit” di Smart people così come restituito dalle narrazioni istituzionali, accademiche e delle ICT company. Abbiamo provato a delinearne il profilo in modo più completo anche servendoci di una prospettiva teoretica, che esplicasse al

meglio le diverse spinte culturali e i fenomeni sociali che stanno dietro all'idea di Smart people.

Ma l'esigenza che è emersa è stata quella di passare dalla performatività dei discorsi alla performatività delle pratiche sociali e urbane per provare a rispondere a una domanda diversa e pure complementare: in che misura il profilo delle persone che, nelle pratiche quotidiane, hanno comportamenti "smart" è sovrapponibile al profilo delle Smart People che abbiamo individuato? Esiste, e se sì in che misura, uno scollamento tra "chi" le smart people "dovrebbero essere" e "chi" le persone che hanno comportamenti smart "realmente sono"?

## 5.2 Disegno della ricerca

L'obiettivo è stato quello di rilevare le dimensioni che sono attribuite alle smart people in persone che siano ad esse simili.

La difficoltà di avere come riferimento direttamente le persone coinvolte in *smart city project* è data dalle seguenti motivazioni:

- difficoltà di fare riferimento a un ampio bacino di utenti (restano una nicchia)
- Pochi sono i progetti "Smart city" realizzati, spesso non ci sono feedback sull'effettiva riuscita e la portata dell'impatto di tali iniziative
- difficoltà di trovare progetti che facciano riferimento a più dimensioni possibili connesse alla smart city (sostenibilità ambientale, sociale ed economica)
- difficoltà di trovare iniziative che abbiano un respiro globale e non locale

E' stato pertanto individuato un'iniziativa o meglio un servizio legato alle logiche sottese alla Smart city di miglioramento della vita urbana attraverso l'utilizzo intelligente delle tecnologie. Inoltre ci sembrava opportuno ritrovare un servizio che non risultasse "di nicchia", che coinvolgesse tante dimensioni "umane" possibili e che attingesse a un universo di valori che sono gli stessi di cui si fanno portatori le *Smart city initiatives*.

Queste caratteristiche sono state identificate nei **servizi Shared mobility** o **Mobilità condivisa**, che quindi considereremo, per i motivi illustrati di seguito, come un “**servizio smart**”.

«Shared mobility - the shared use of a vehicle, bicycle, or other mode - is an innovative transportation strategy that enables users to gain short-term access to transportation modes on an “as-needed” basis. The term shared mobility includes various forms of carsharing, bikesharing, ridesharing (carpooling and vanpooling), and on-demand ride services. It can also include alternative transit services, such as paratransit, shuttles, and private transit services, called microtransit, which can supplement fixed-route bus and rail services. With many new options for mobility emerging, so have the smartphone “apps” that aggregate these options and optimize routes for travelers. In addition to innovative travel modes, new ways of transporting and delivering goods have emerged. These “courier network services” have the potential to change the nature of the package and food delivery industry. Shared mobility has had a transformative impact on many global cities by enhancing transportation accessibility, while simultaneously reducing driving and personal vehicle ownership»

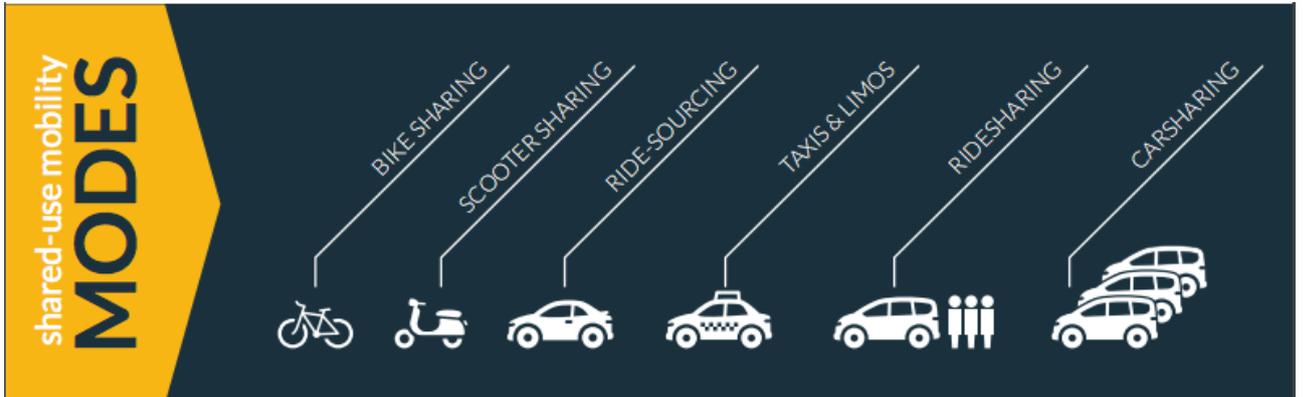
(S. Shaheen, N. Chan, A. Bansal, and A. Cohen, 2015 UC Berkeley)

Sembra innegabile, dunque, che i servizi di shared mobility abbiano (se non tutte, quasi) le caratteristiche di smartness che si stanno ricercando.

La **Shared mobility** infatti:

- E' una delle strategie di *Smart mobility*
- E' basata sullo “sharing come valore”, indice di cambiamenti culturali in atto (passaggio dal “possesso” alla “condivisione”)
- E' resa possibile solo attraverso le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione
- E' diffusa globalmente
- E' centrata sugli utenti e sui loro bisogni di mobilità
- E' city user-open (non è solo ristretta ai cittadini ma anche ai city user)
- Favorisce le strategie di sostenibilità ambientale
- Ha un impatto sulla vita delle persone (in termini di capitale sociale e di mobilità)

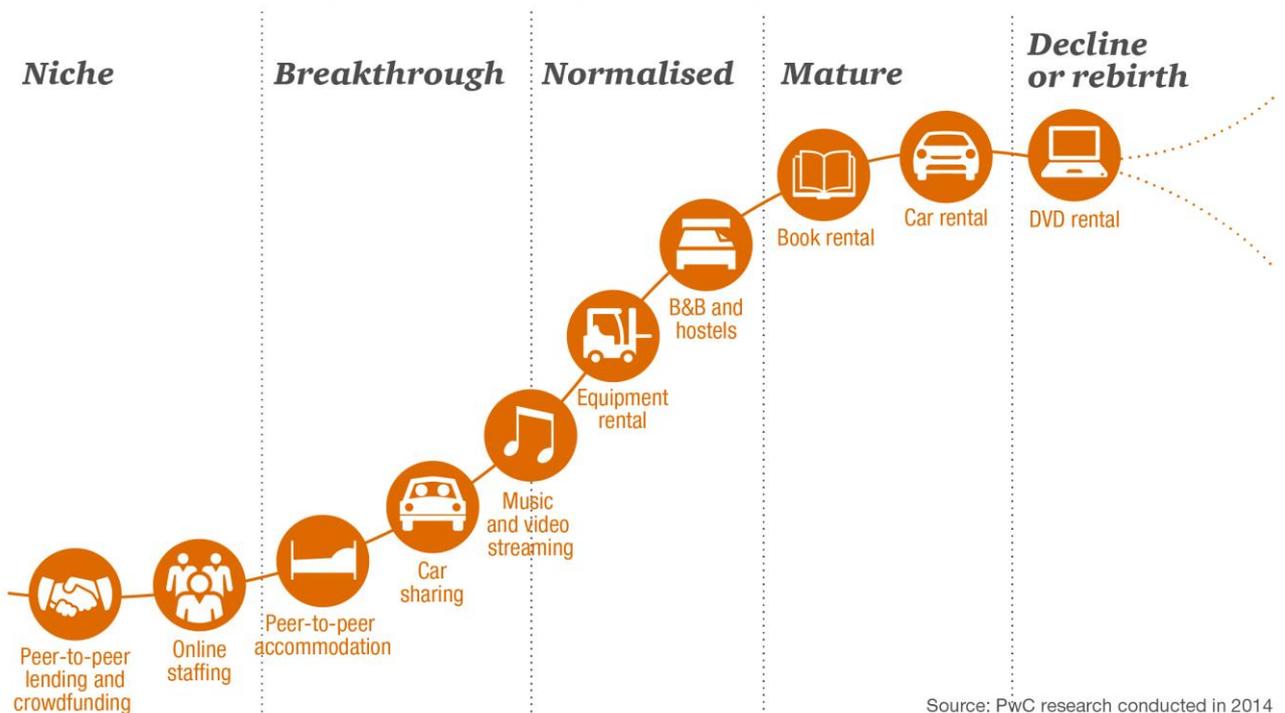
Figura 13 Tipologie di mobilità condivisa



Inoltre i servizi di mobilità condivisa hanno superato la dimensione di “servizi di nicchia” a cui sembravano destinati fino a qualche anno fa arrivando nel *livello di breakthrough*.

Figura 14 Ciclo di vita dei servizi all'interno della Sharing Economy

## The sharing economy life-cycle



Basti pensare che solo in Italia, “paese dell’automobile” per eccellenza, il numero di utenti del *car sharing* è passato da 19.000 a 500.000 tra il 2012 e il 2013.

Concludendo, alla luce di queste riflessioni, sembra ragionevole “pescare” le “persone smart” che stiamo cercando tra gli utenti dei servizi di *shared mobility* per poi confrontarle con l’idealtipo di “smart people” che è emerso.

### 5.2.1 Nota metodologica

Arrivati a questa fase si è deciso in qualche modo di distinguere tra:

- le **smart people** così come emergono dalla letteratura sulle Smart city
- e le **persone smart**, ovvero quelle che in questa ricerca vogliono essere definite come “le persone che agiscono in modo smart”

Come intercettare le persone smart? Attraverso quali strumenti di ricerca?

La mancanza di studi da questo punto di vista, ovvero di ricerche focalizzate sulle persone (cittadini, city user) che si comportano in modo smart, ci restituisce la cifra di quanto questo campo sia un terreno da esplorare dal punto di vista empirico, con i suoi limiti ma anche le sue possibilità.

Per esplorare, o meglio, per cominciare ad esplorare, un fenomeno del tutto nuovo e in divenire, si è deciso di partire da un approccio di ricerca quantitativo che fosse in grado di fornire spunti per un successivo step di ricerca qualitativa in grado di approfondire gli aspetti di maggior rilievo emergenti.

Si è proceduto dunque con una ricerca di tipo “esplorativo” e, allo stesso tempo “sperimentale” per la natura con cui essa prova ad aggregare diversi ambiti e dimensioni (che vanno dagli attributi delle Smart people alle caratteristiche emergenti dai nuovi attori sociali).

Lo strumento utilizzato è stata una *web survey* diffusa su canali diversi:

- social network (Twitter; gruppi Facebook sui temi della mobilità sostenibile-cittadinanza attiva-consumi responsabili; Linked In)

- siti web, forum e blog (selezionati in riferimento a contenuti specifici afferenti ai temi di interesse per la ricerca: ambiente, partecipazione politica, consumo critico)

La costruzione degli indicatori si è basata sull'insieme delle caratteristiche attribuite alle Smart people:

- Competenze e skills personali
- Competenze e utilizzo delle nuove tecnologie
- Ambientalismo e valori relativi ai temi della sostenibilità (sostenibilità ambientale)
- Consumo consapevole e collaborativo (sostenibilità economica)
- Partecipazione civile e politica e urban engagement
- Stili di vita mobili
- Cosmopolitismo e tolleranza (sostenibilità sociale)
- Smart city awarness
- Essere driver di innovazione

Più in generale si è provato ad indagare l'insieme delle motivazioni, degli atteggiamenti, dei comportamenti e dei valori in riferimento che caratterizzano le *persone smart* e le differenze con quelle non-smart.

Un duplice limite alla ricerca empirica che si sta presentando può essere sicuramente osservato:

- *il campione non è rappresentativo della popolazione nazionale*, ma è costituito da persone in qualche modo sono risultate interessate alle tematiche in discussione, e che, pertanto, hanno scelto di partecipare al sondaggio. Da un lato questo fattore distorce le proprietà di rappresentatività del campione ma dall'altro lato, trattandosi di temi (smart city e mobilità condivisa) ancora non

diffusi su vasta scala, esso è stato un fattore strategico al fine di “esplorare” determinate dinamiche che risultano ancora in divenire;

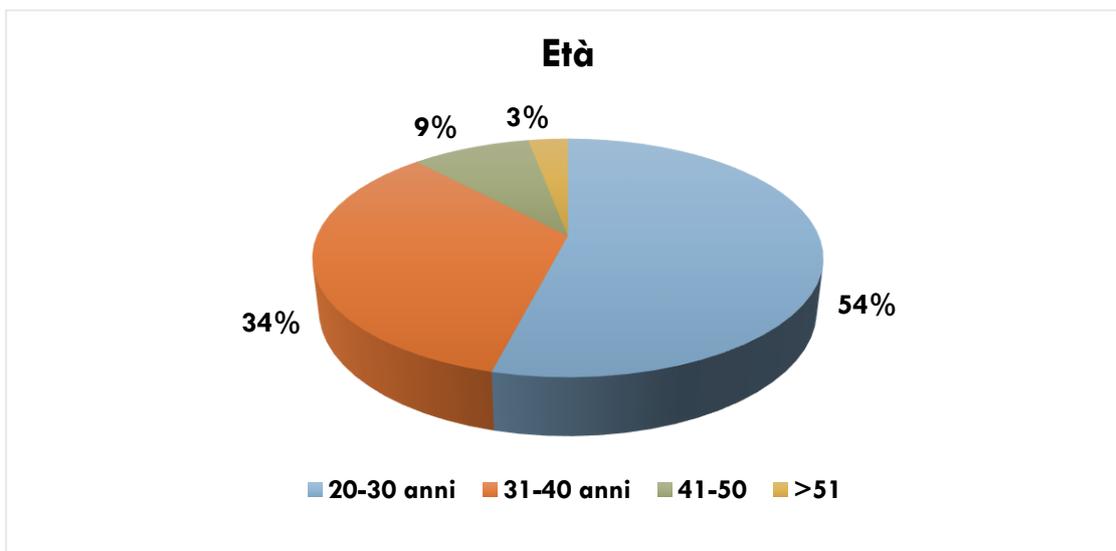
- *la mancanza di “dati qualitativi”*, che però rappresentano uno step successivo a una fase quantitativa preliminare, volta ad orientare le riflessioni sui temi principali e più critici;

Al di là della consapevolezza dei suoi limiti, la ricerca empirica proposta vuole contribuire a trovare delle risposte non tanto alla domanda “chi sono le persone smart?” ma alla domanda “chi sono le persone che, attraverso le loro pratiche urbane quotidiane, stanno di fatto già mettendo in atto il cambiamento?”.

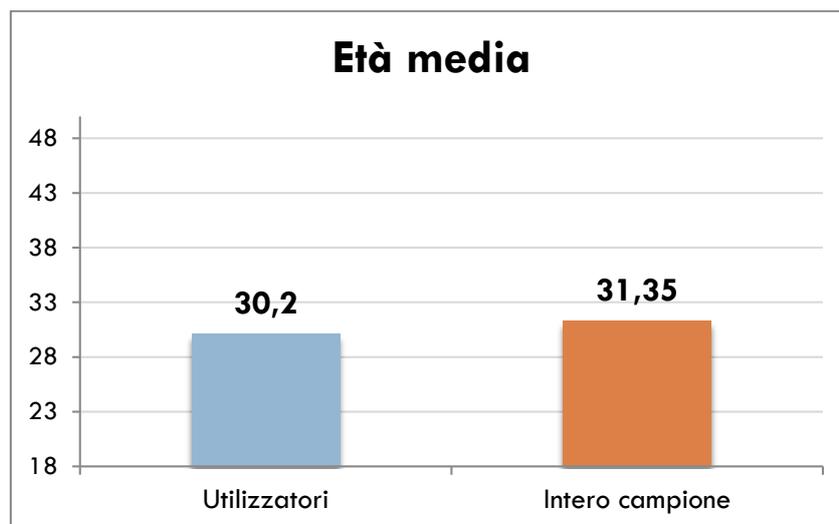
## 6 “SMART IS AS SMART DOES”

### 6.1 Il campione: dati socio-anagrafici

Tra luglio e settembre 2016 hanno risposto al questionario on line 173 persone di cui 116 donne (67,1%) e 57 uomini (32,9%).

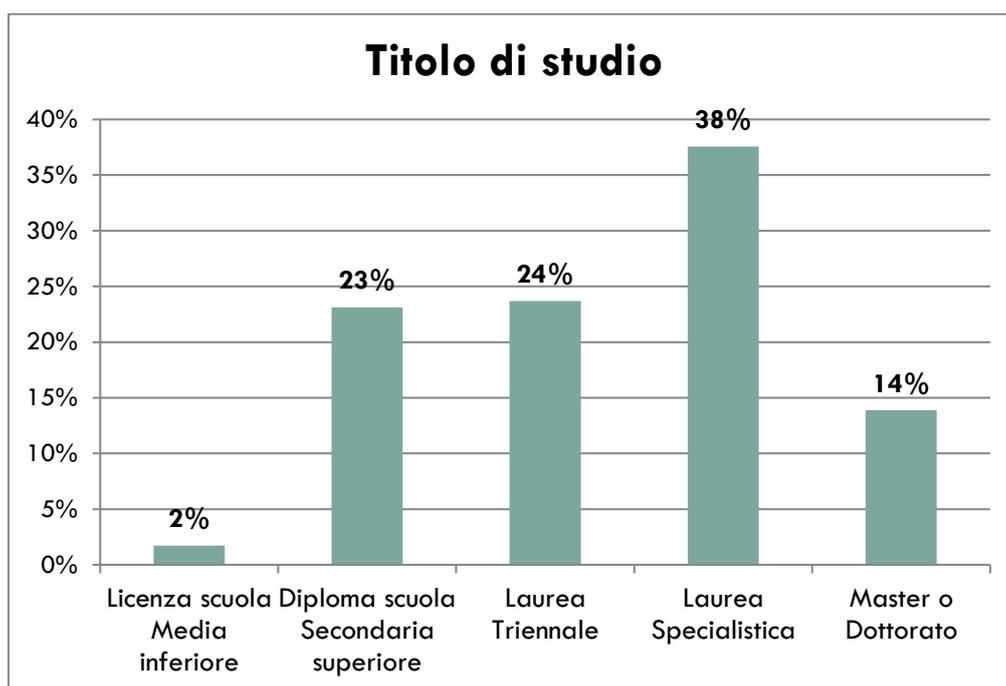


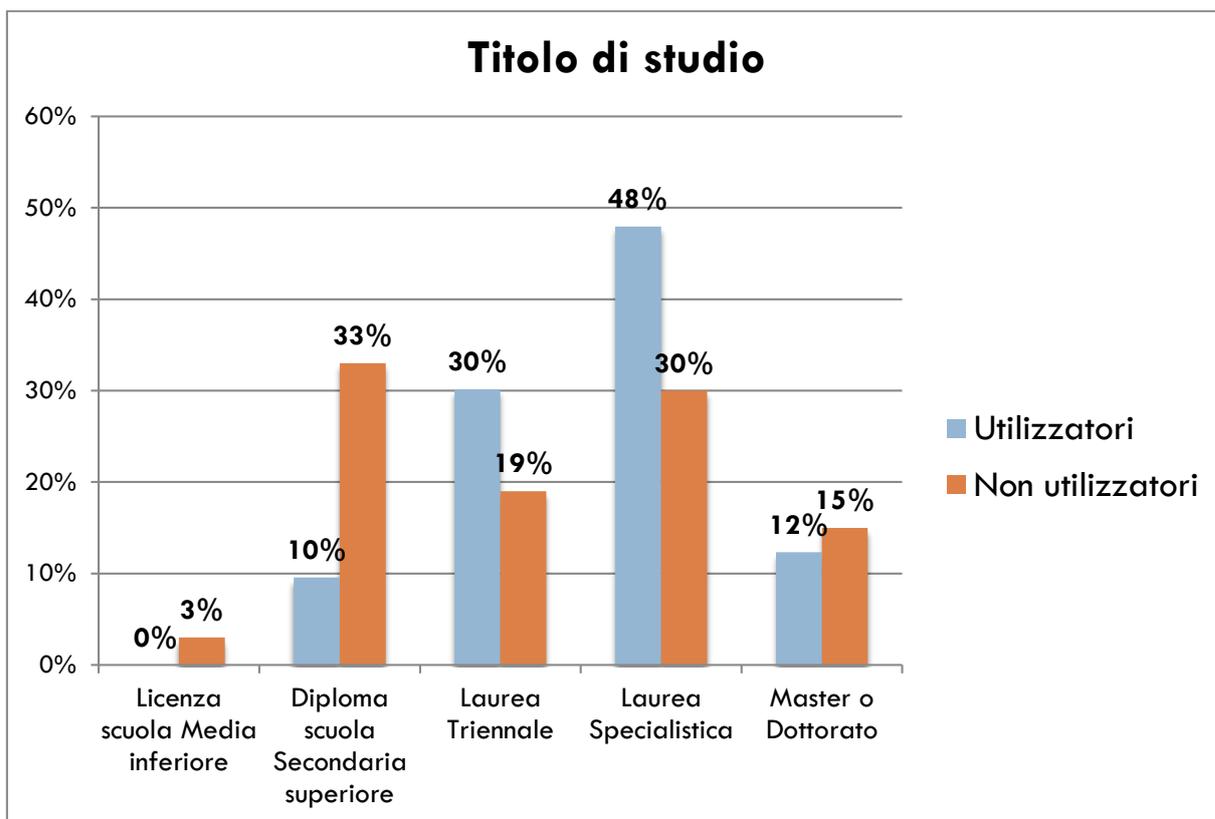
Il campione è quasi interamente costituito (88%) da persone di età compresa tra i 20 e 40 anni. L'età media degli utilizzatori dei servizi di sharing mobility è leggermente inferiore all'età media del campione.



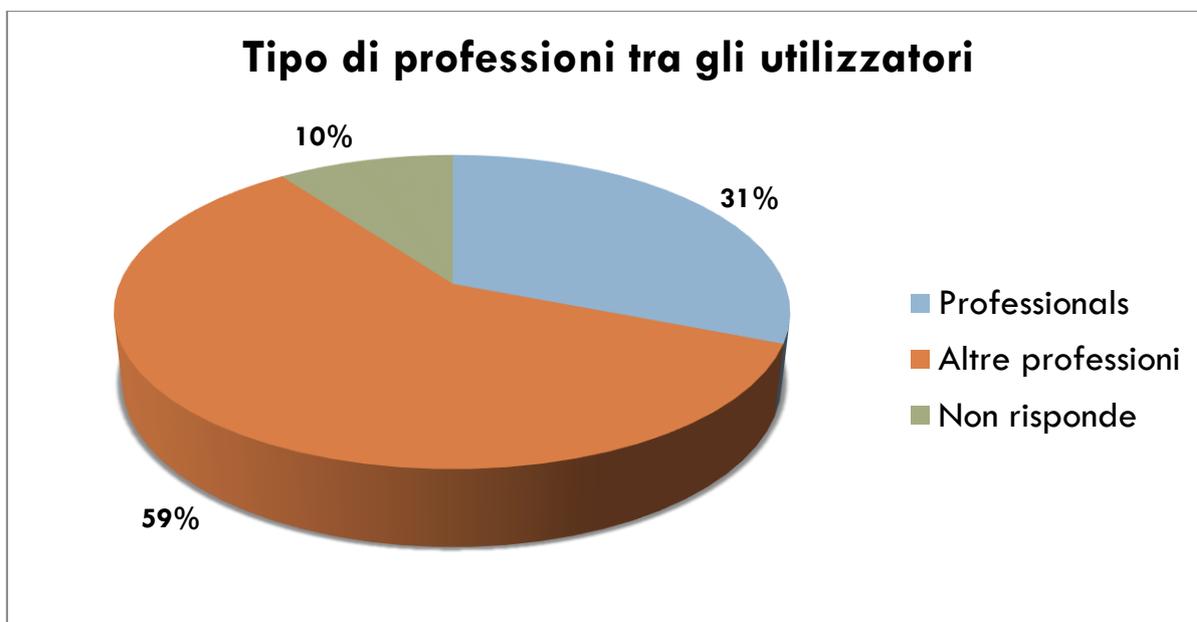
Non sembrano esistere nette **differenze di genere** rispetto all'utilizzo di servizi di sharing mobility, essi vengono utilizzati infatti dal 44% delle donne e dal 39% degli uomini del campione.

Gli "utilizzatori" hanno un più alto livello di istruzione: il 90% possiede almeno una laurea triennale, e il 60% ha una laurea specialistica o un titolo di studio superiore, a differenza del 45% dei "non utilizzatori".



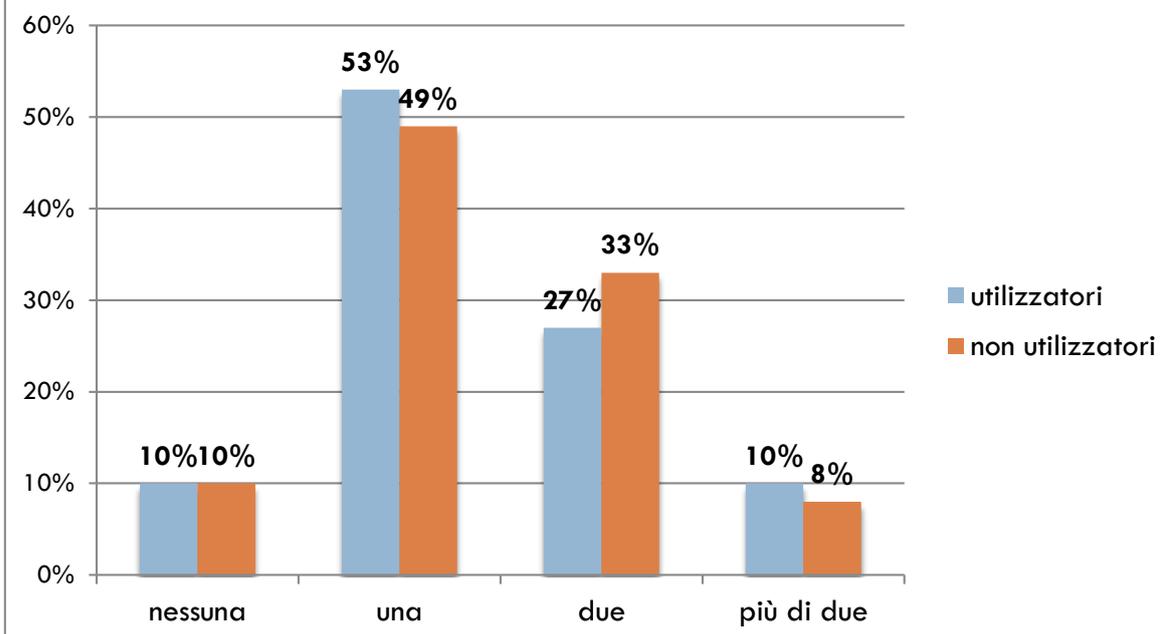


Quasi 1 utilizzatore su 3 è un *professionals*, ovvero appartiene a quella classe di persone altamente professionalizzate con impieghi nell'industria creativa e quella scientifica.

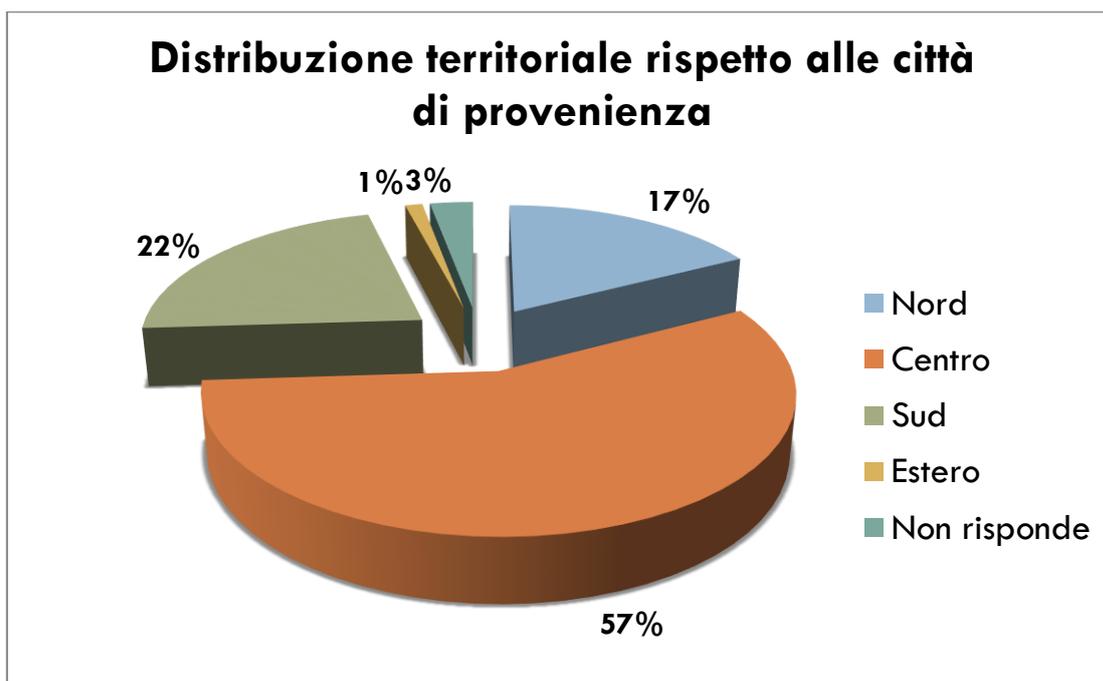


Non sembrano esserci differenze nette rispetto alle competenze ligustiche tra gli utilizzatori e quelli che non lo sono: circa il 50% di entrambe le categorie parla un'altra lingua oltre all'italiano.

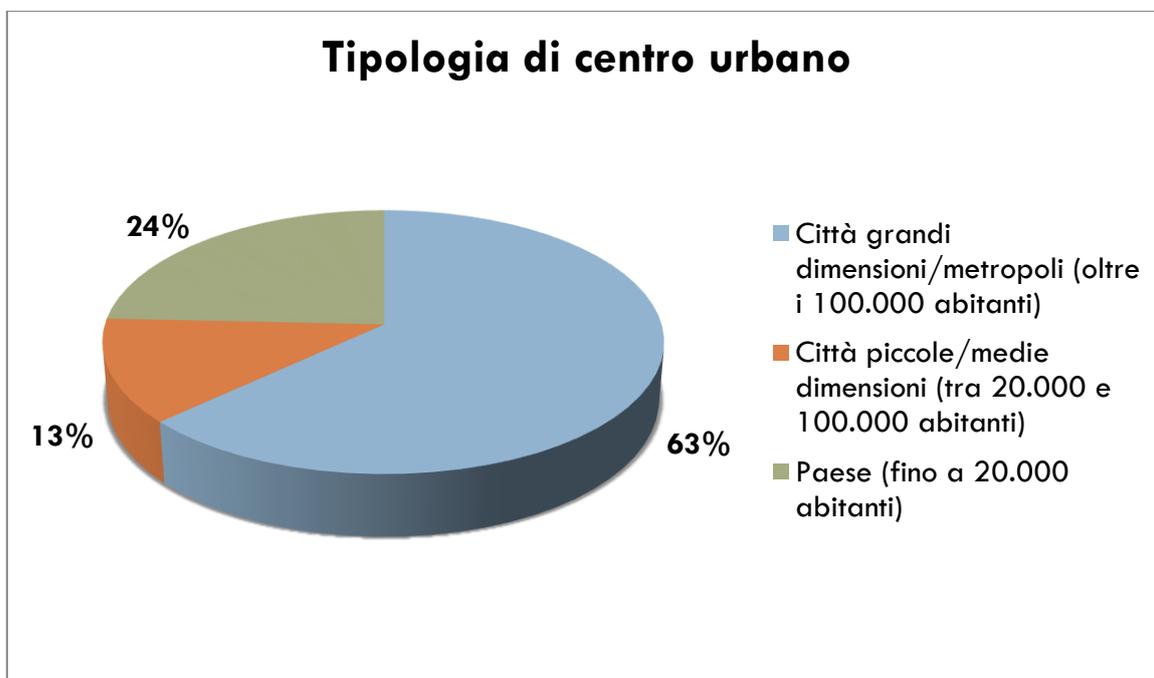
## Lingue parlate oltre l'italiano



Per quel che riguarda invece le caratteristiche dell'area in cui vivono si è non fatto di proposito riferimento al luogo di residenza ma a quello in cui si conduce prevalentemente la propria vita: 1 persona su 2 del campione proviene dal centro, 1 su 5 dal nord o dal sud.

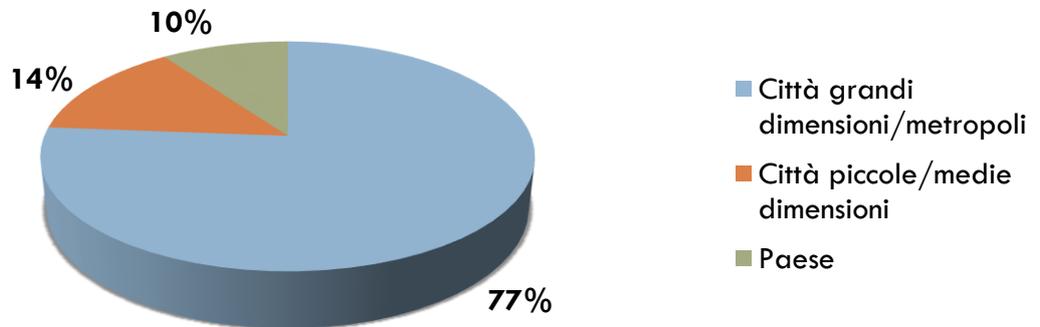


Oltre il 60% del campione vive in città di grandi dimensioni o metropoli, mentre il 37% proviene da città di piccole/medie dimensioni o paesi.



Gli “utilizzatori” vivono prevalentemente nelle città-metropoli, il 77%. Questo dato è anche la conseguenza del fatto che la maggior parte di questo tipo di servizi sia implementato nei grossi centri urbani dove maggiori sono le necessità e le criticità relative allo spostamento e alla mobilità. Solo 1 utilizzatore su 10 proviene da città medio-piccole e paesi.

## Dove vivono gli utilizzatori di servizi di sharing mobility?

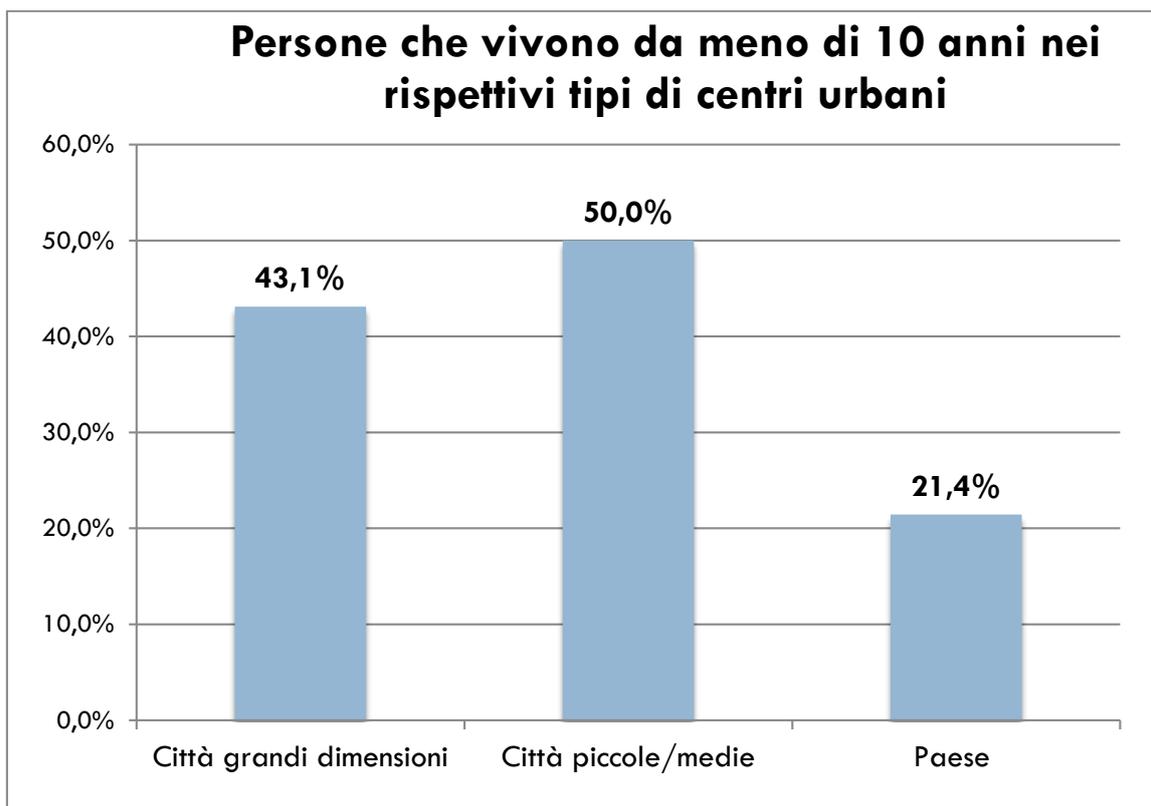


## 6.2 Vite mobili

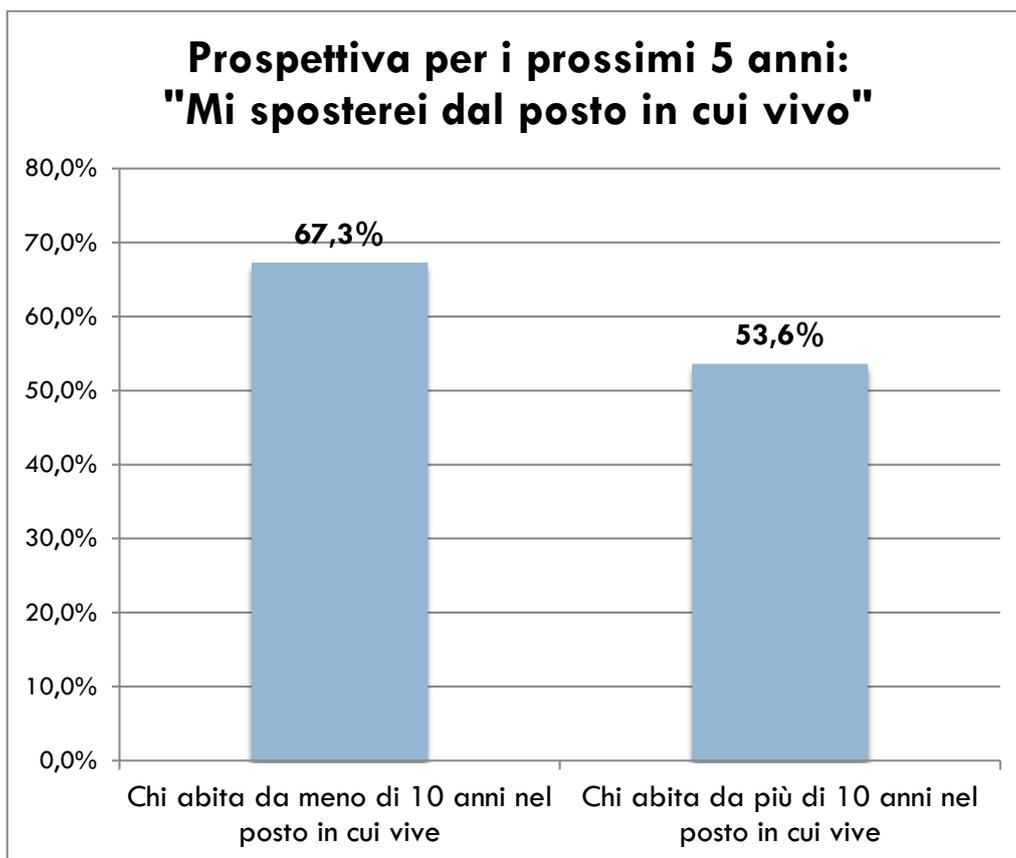
Il campione è costituito da persone che trascorrono la maggior parte del loro tempo e svolgono le principali attività nella città in cui vivono, solo il 14,5% ha una vita da “pendolare” per motivi di lavoro o studio.



Il fatto di trascorrere la maggior parte del tempo nella città in cui si vive potrebbe essere correlato alla circostanza per la quale le persone tendono a spostarsi e a vivere dove svolgono le loro principali attività, anche se questo significa spostarsi o avere la volontà/necessità di trasferirsi frequentemente.



Il 43% delle persone che vive in grandi città ci vive da meno di 10 anni, e la percentuale arriva al 50% quando si tratta di città medie o piccole.



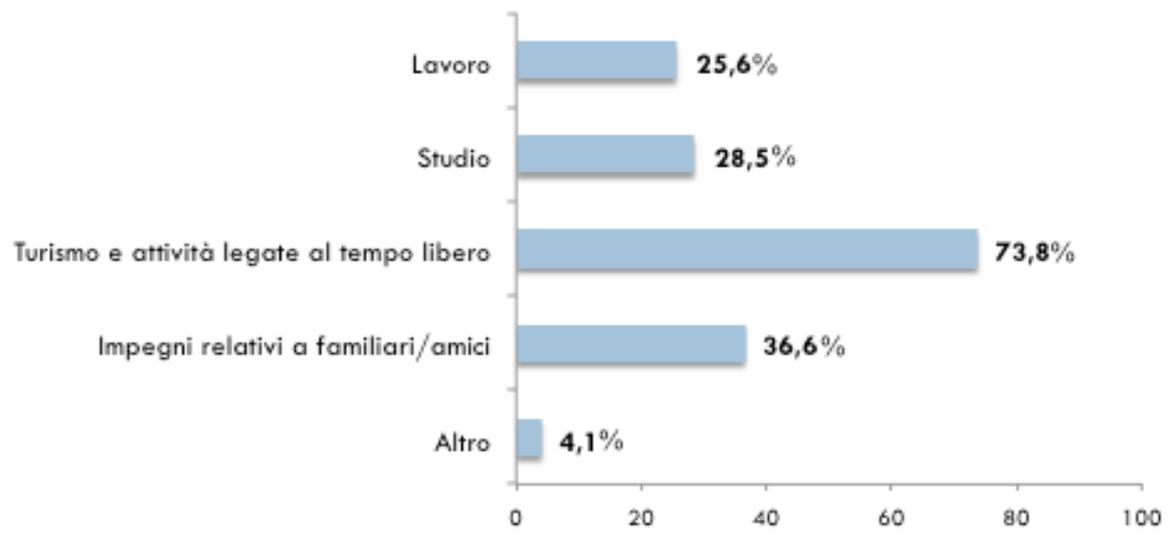
Emerge il profilo di chi ha stili di vita mobili ed è propenso a spostarsi frequentemente: il 67,3% di chi ha già cambiato città negli ultimi 10 anni si dimostra disposto a cambiare nuovamente posto, per esigenze lavorative, di studio o personali.



Oltre il 60% delle persone ha trascorso almeno 2 notti fuori dalla città in cui vive, e il 48,6% ha effettuato soggiorni di medio periodo (qualche settimana).

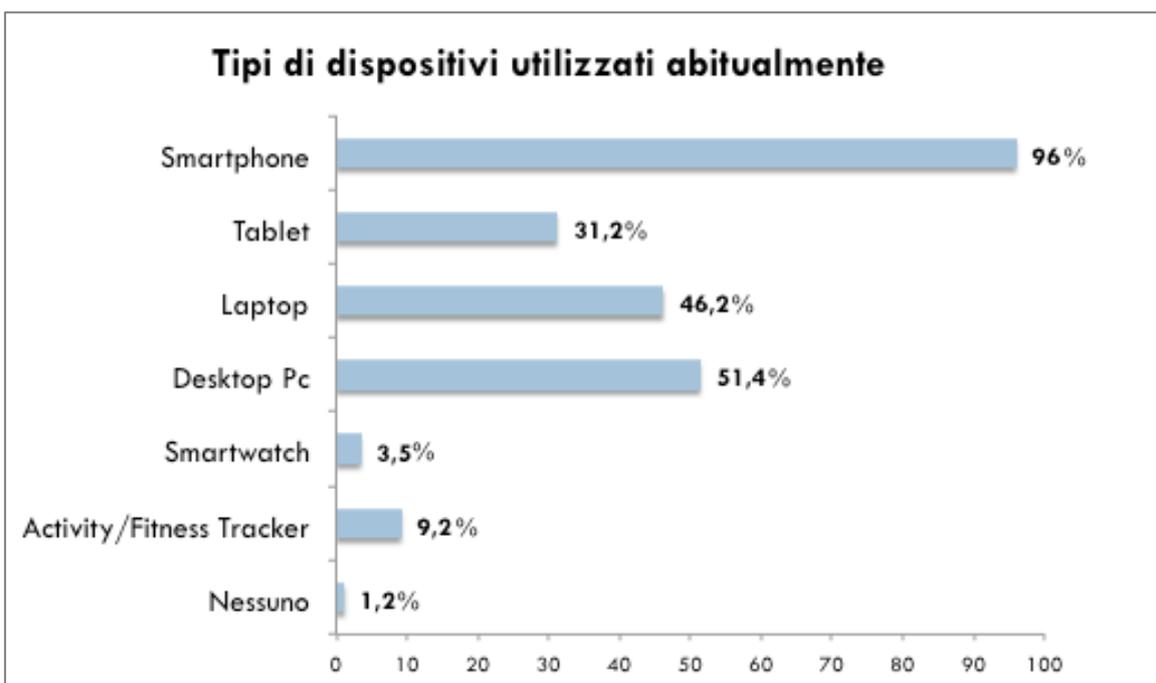
1 persona su 10 ha soggiornato per un periodo di almeno 3 mesi fuori dalla città in cui vive abitualmente. Questi dati confermano una vita abbastanza dinamica, “mobile”, delle persone del campione. Se poi si guarda alle motivazioni relative alla mobilità “fuoriporta”, si scopre che nel 73,8% dei casi si tratta di turismo e attività legate al tempo libero; il 36,6% delle volte si soggiorna in altre città per motivi legati alla sfera relazionale (familiari e amici); 1 volta su 4 si tratta di studio o lavoro.

## Motivazioni dei soggiorni in altre città

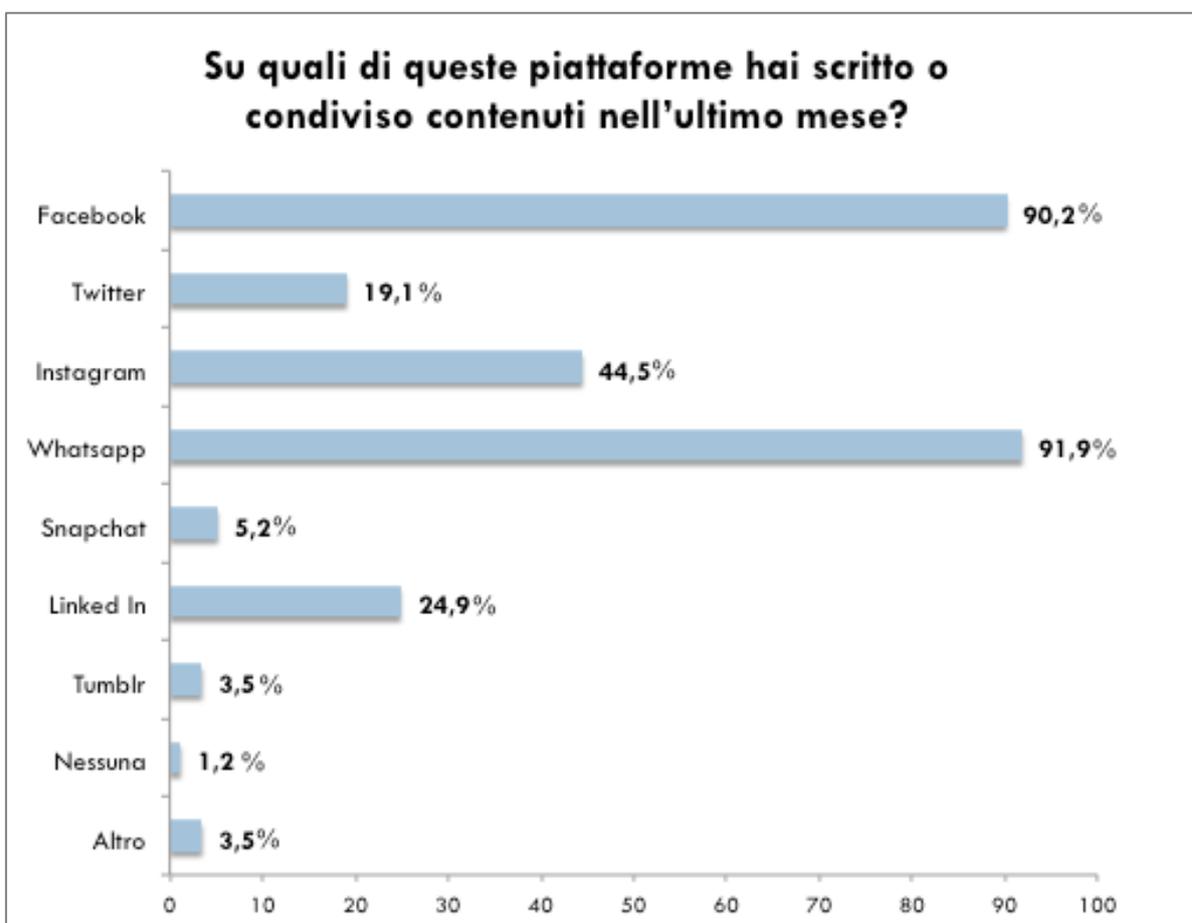


### 6.3 Technologies

Rispetto al possesso e all'utilizzo di dispositivi tecnologici la quasi totalità del campione afferma di usare abitualmente lo smartphone (96%), circa la metà del campione utilizza abitualmente un laptop/desktop pc, seguito dal 31,2% di utilizzo frequente del tablet. Sembrano ancora non molto diffusi dispositivi *wearable* come activity/fitness tracker (li utilizza frequentemente circa 1 persona su 10) e gli smartwatch (3,5%).

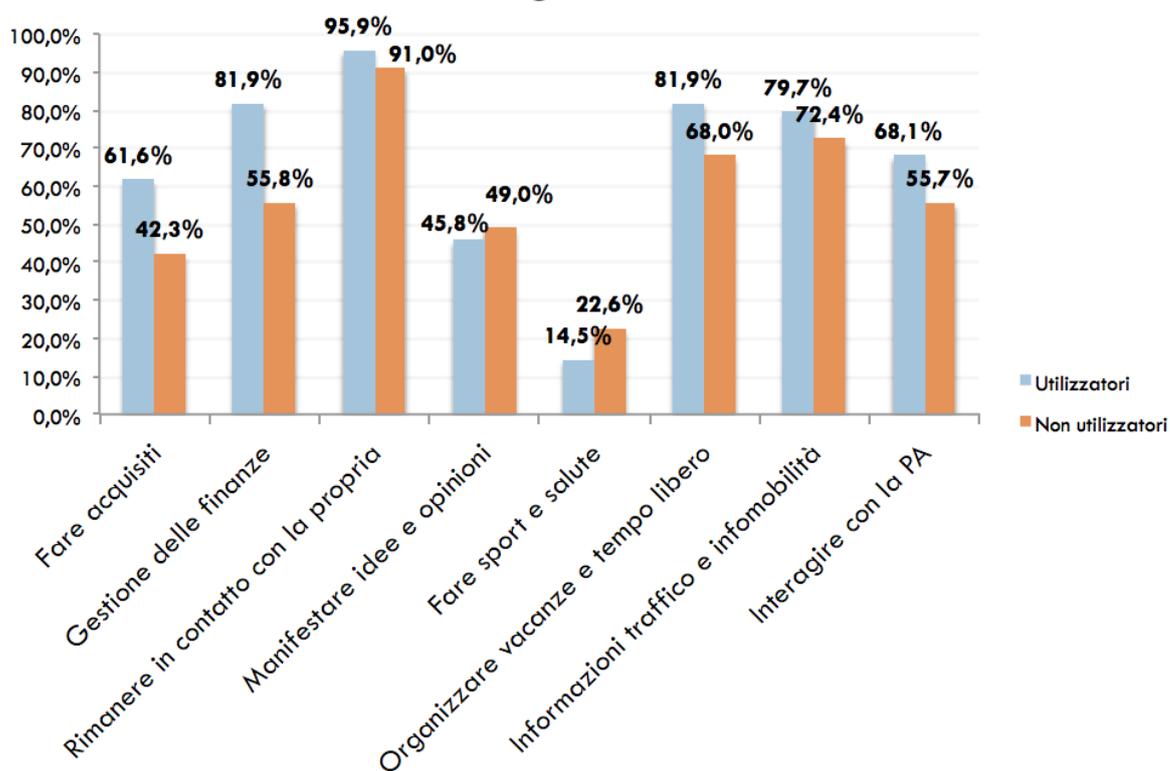


L'attività di social networking più frequente è la comunicazione via Whatsapp (91,9%) e la condivisione di contenuti e post su Facebook (90,2%). Segue Instagram sulla cui piattaforma il 44,5% del campione ha scritto o condiviso.



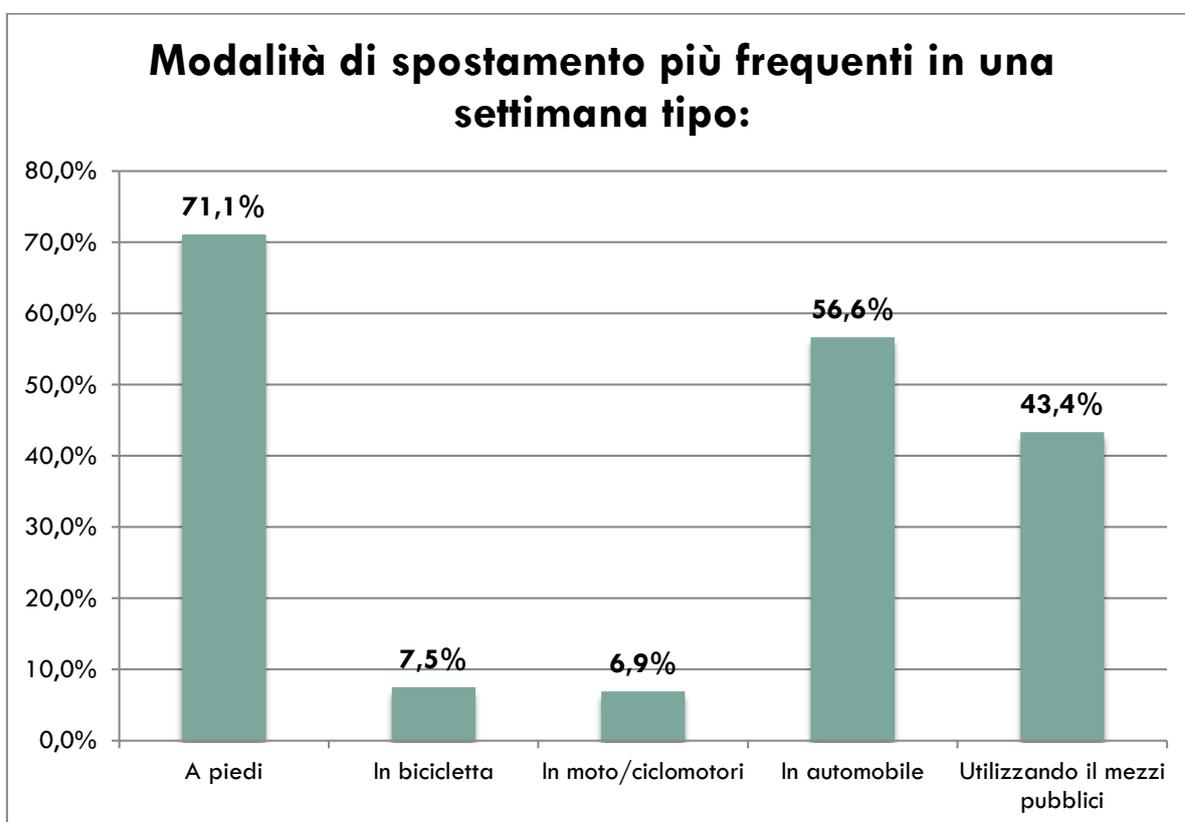
Rispetto all'utilizzo frequente di Internet e dispositivi digitali per svolgere le proprie attività si può notare come esso sia tendenzialmente più diffuso tra gli "utilizzatori", che sembrano avere un maggiore grado di competenza e domesticazione delle tecnologie digitali.

### Utilizzo frequente di Internet e dispositivi digitali per svolgere attività

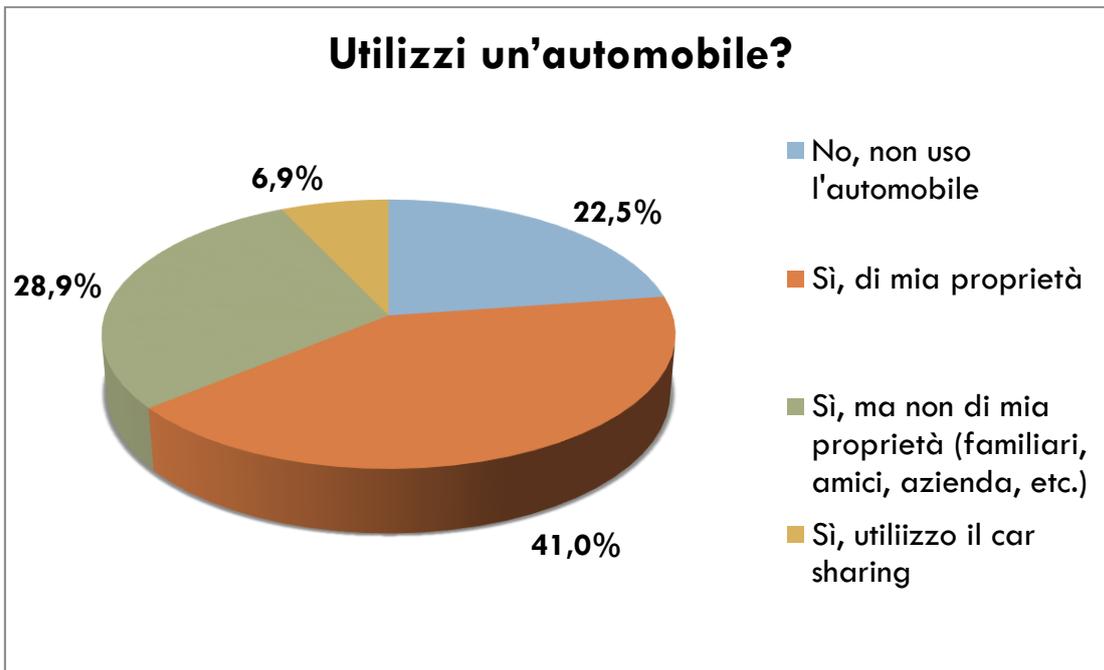


## 6.4 Mobility

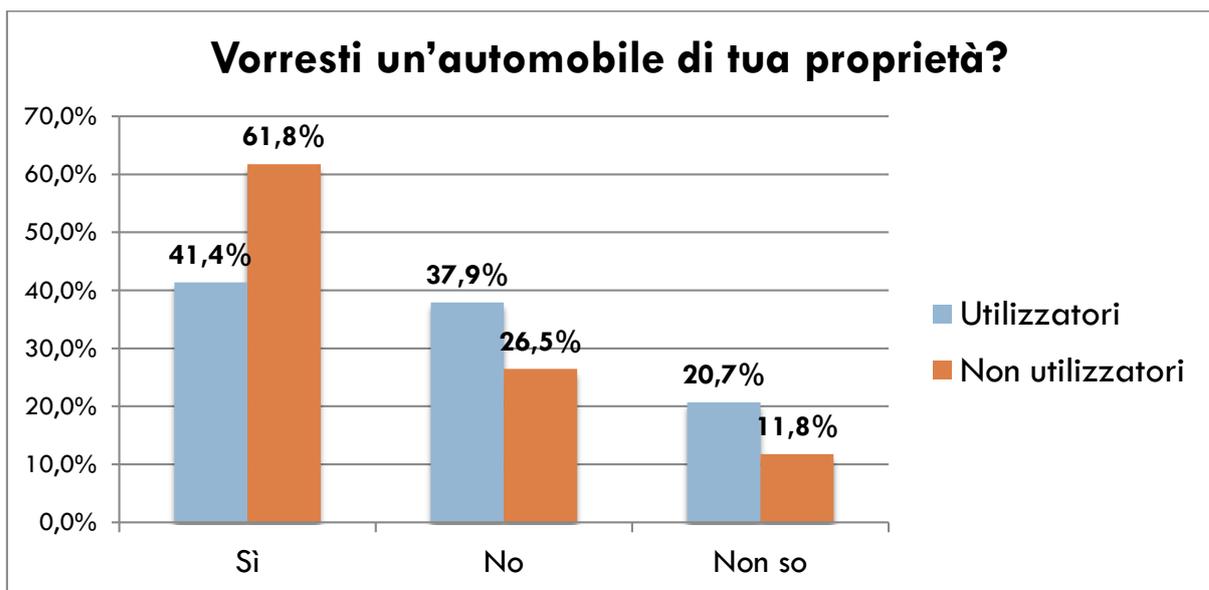
In riferimento agli stili di mobilità, i modi di spostamento più frequenti in una settimana tipo (oltre “camminare” che è una modalità di spostamento abituale per il 71,1% del campione) sono l’automobile utilizzata abitualmente da circa 1 persona su 2, a seguire con ci sono i mezzi di trasporto pubblico, con il 43,4%. Bicicletta e moto raccolgono una piccola fetta dei mezzi abitualmente utilizzati dal campione.



Che si parli di auto di proprietà o “in condivisione” in senso ampio, l’automobile resta un mezzo ampiamente utilizzato; in riferimento al campione della ricerca, il 76,8% dichiara di utilizzare un’automobile. Il 41% utilizza un’automobile di proprietà, il 35,8% utilizza un’automobile non di proprietà oppure il *car sharing* (6,9%).



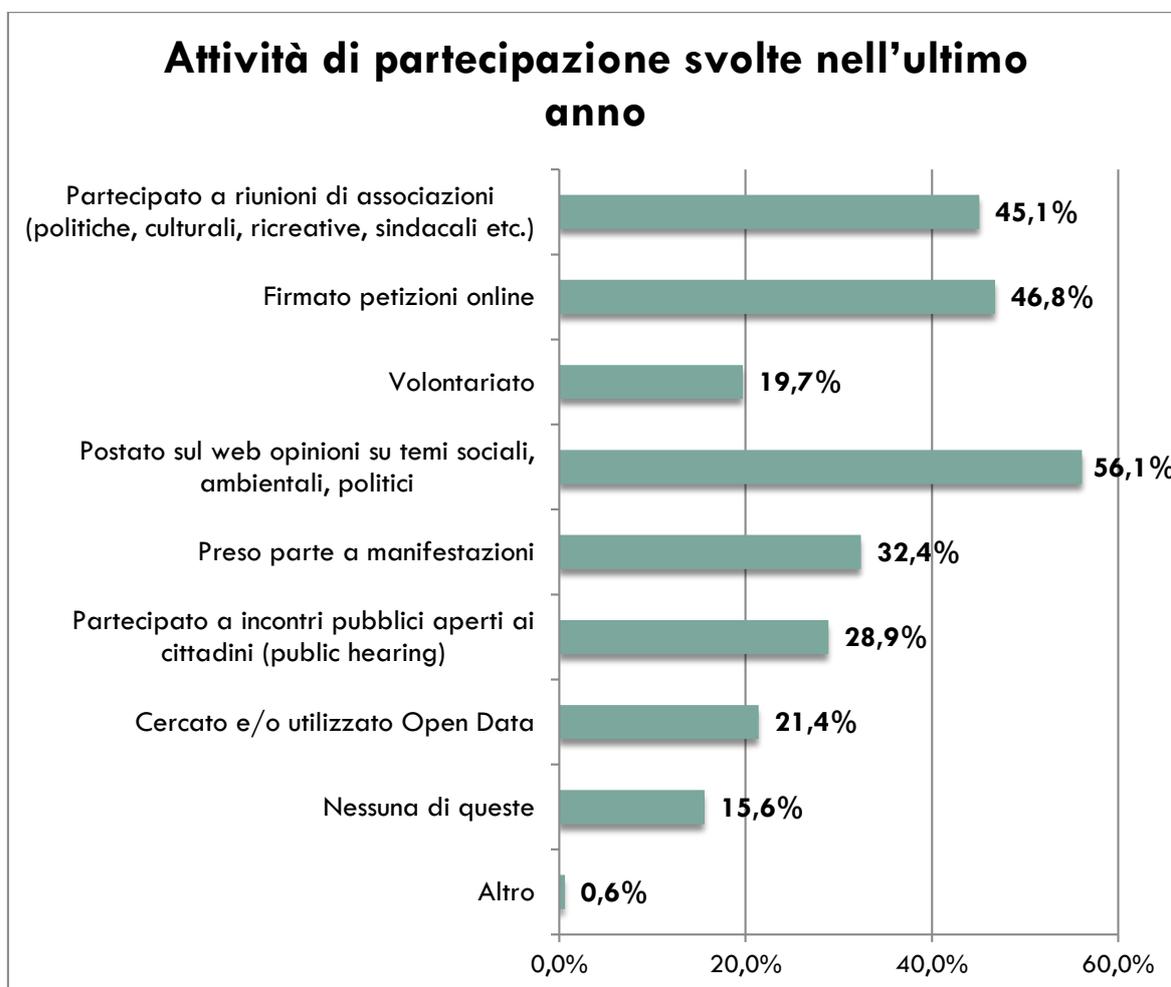
Rispetto alla propensione all'acquisto, gli "utilizzatori" di servizi di sharing mobility si mostrano molto meno orientati all'acquisto di una macchina di proprietà rispetto ai "non-utilizzatori": il 61,8% di questi ultimi vorrebbe possedere un'automobile, a fronte del 41,4% degli *sharer*.



## 6.5 Partecipazione civile e politica e urban engagement

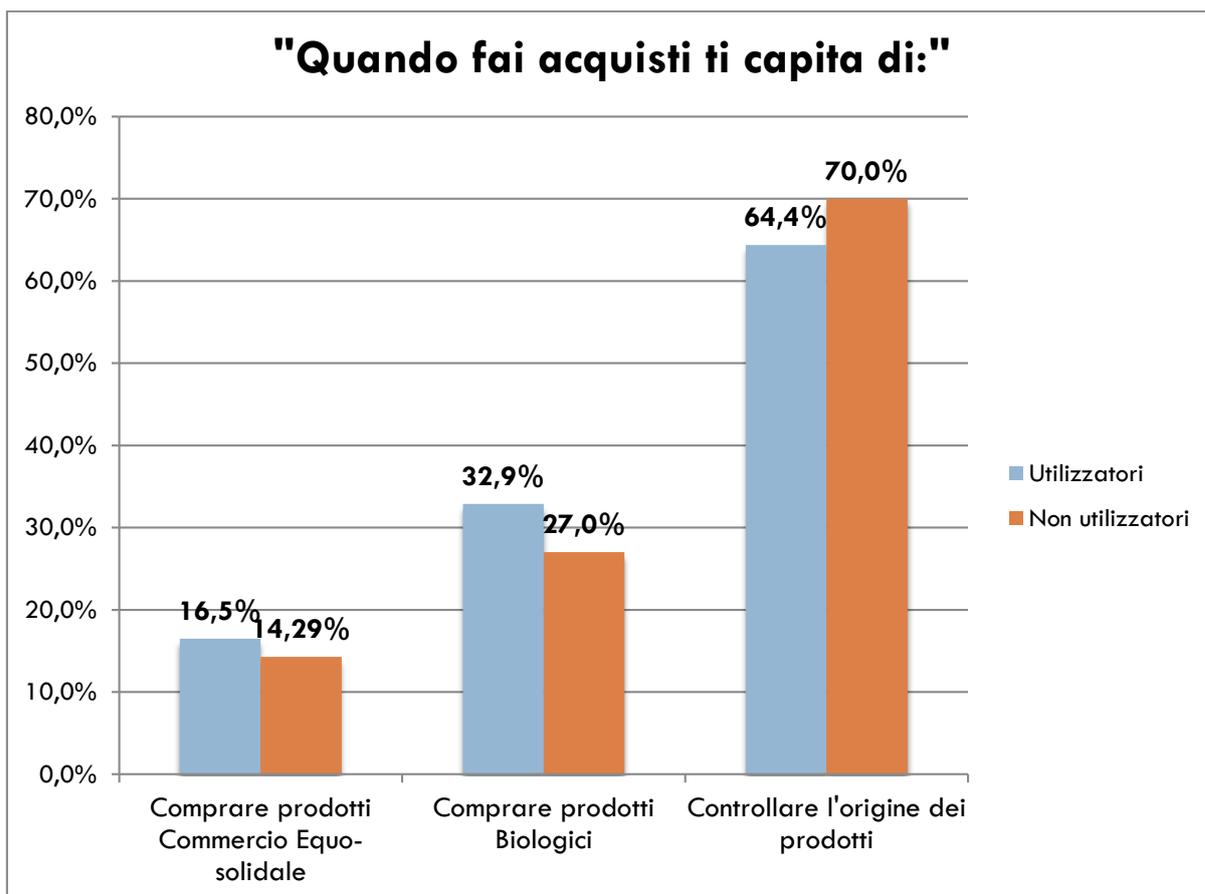
La partecipazione ai temi della vita politica e civile si divide tra l' *on line* e l' *offline*: sebbene la prima dimensione riscuota maggiore successo (più della metà del campione, il 56,1%, ha postato sul web opinioni su temi ambientali, sociali e politici; e il 46,8% ha firmato petizioni online), anche la partecipazione in senso stretto continua ad avere luogo (il 45,1% del campione ha partecipato a riunioni associative).

L'engagement rispetto al contesto urbano coinvolge circa 1/3 del campione (prendere parte a manifestazioni, partecipare a *public hearing*).



## 6.6 Consumo consapevole e collaborativo

Non sembrano esserci sostanziali differenze tra “utilizzatori” e “non-utilizzatori”, rispetto alle pratiche di consumo consapevole o collaborativo.



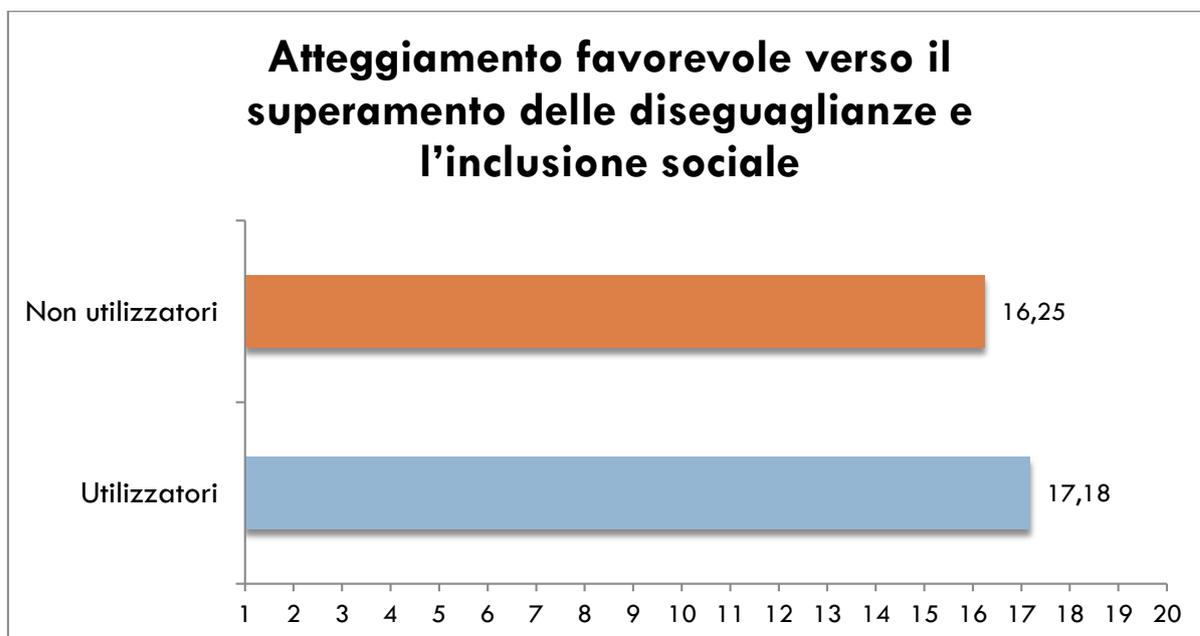
## 6.7 Rilevazione degli atteggiamenti

L'utilizzo della scala Likert ci ha permesso di valutare gli atteggiamenti dei rispondenti rispetto a tre diverse questioni:

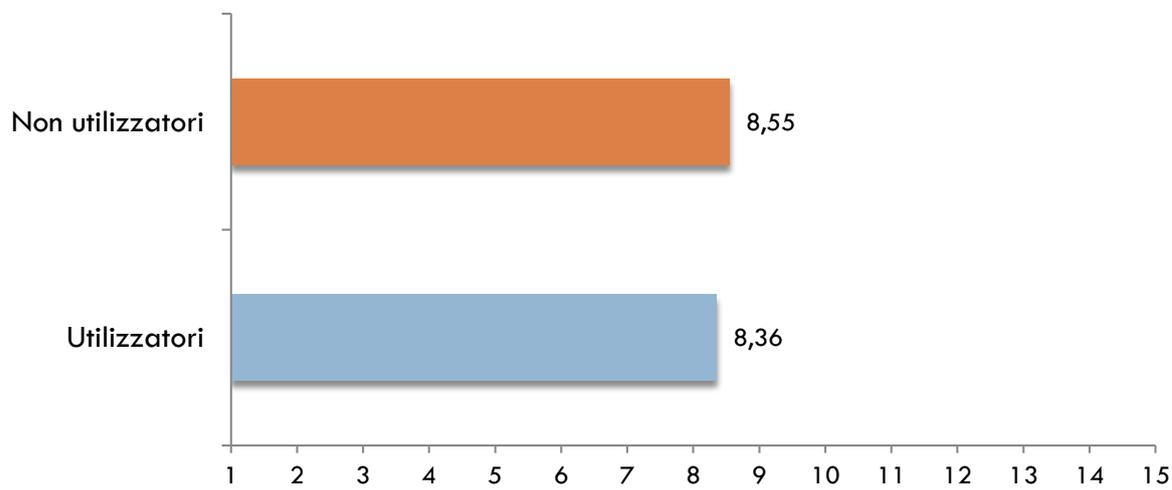
- Accordo con il superamento delle disuguaglianze e l'inclusione sociale
- Accordo con le effettive possibilità di partecipazione individuale
- Accordo verso la centralità delle tematiche di sostenibilità ambientale e sociale

Rispetto a questi dati si possono fare due osservazioni:

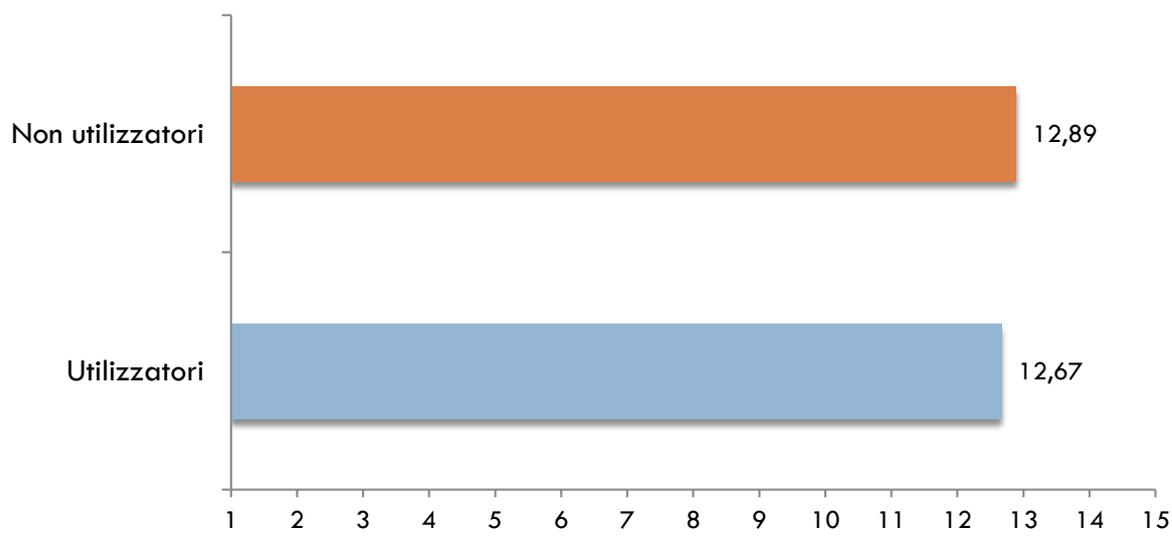
1. Gli atteggiamenti verso questi temi sono praticamente gli stessi sia per la categoria degli "utilizzatori" che per i "non utilizzatori";
2. L'atteggiamento "meno favorevole" si rivela essere quello relativo alla possibilità che la partecipazione politica e sociale individuale possa effettivamente contribuire a un fattivo cambiamento. Questa dimensione si inserisce nella tendenza diffusa a credere meno nelle istituzioni e nel fatto che le proprie azioni possano avere effetti.



### Atteggiamento favorevole verso la possibilità e l'efficacia della partecipazione individuale



### Atteggiamento favorevole verso le tematiche di sostenibilità ambientale e sociale

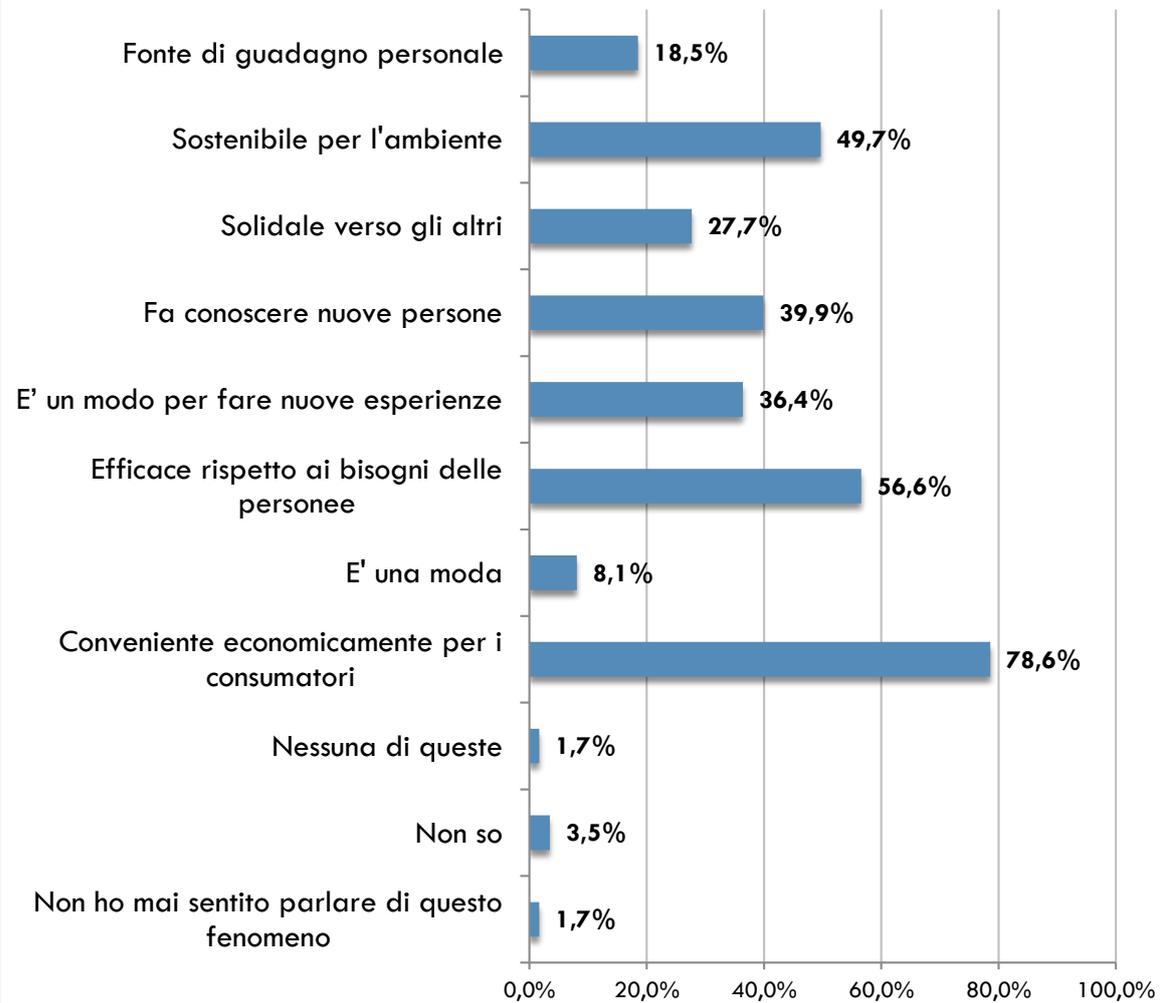


## 6.8 Sharing economy

In linea con le considerazioni di Schor (Schor, 2015), le caratteristiche che vengono attribuite alla sharing economy riflettono le motivazioni per le quali questo modello ha trovato fortuna e sviluppo:

- al primo posto vi è l'aspetto economico, il 78,6% del campione afferma che la sharing economy è "conveniente economicamente per i consumatori"
- al secondo posto, con oltre il 50% delle preferenze del campione, vi è l'aspetto funzionale: I servizi di sharing economy sono percepiti come efficaci in riferimento ai bisogni delle persone;
- al terzo posto c'è l'aspetto ecologico ambientale: quasi il 50% del campione associa la sharing economy al fatto che essa sia "sostenibile per l'ambiente"
- al quarto posto l'aspetto "sociale": per circa 1 persona su 3 a questo modello economico sono associate l'opportunità di conoscere nuove persone e vivere nuove esperienze

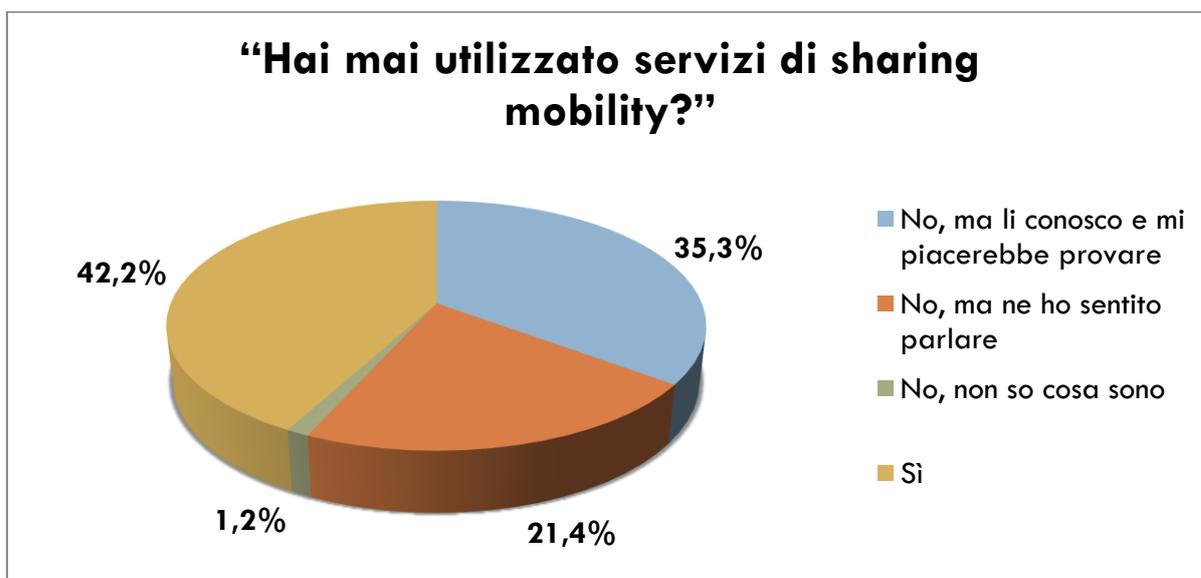
## "Quali caratteristiche associeresti alla "sharing economy"?"



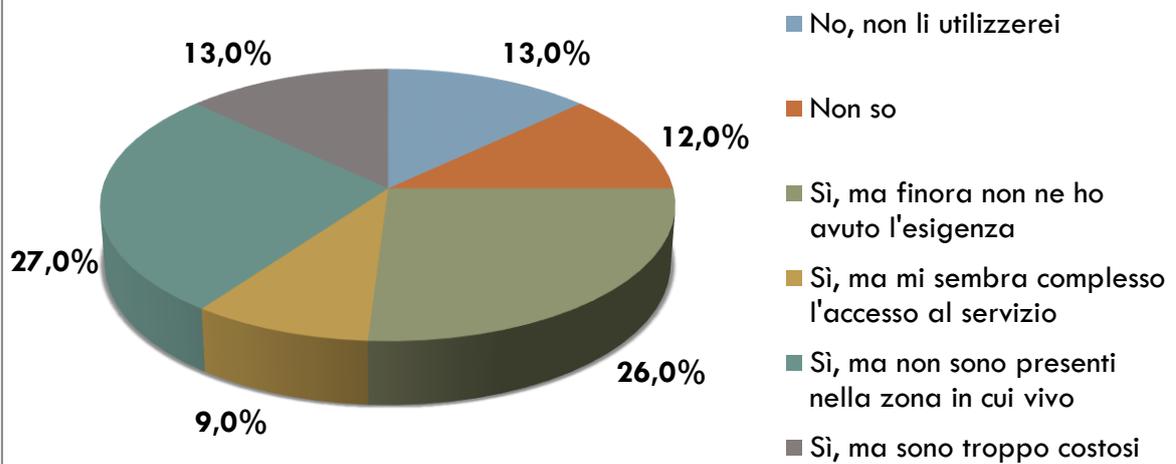
## 6.9 Sharing mobility

Per quanto riguarda la mobilità condivisa il 42,2% pari circa a 2 persone su 5 del campione, utilizzano o hanno utilizzato servizi di sharing mobility. Quasi la totalità dei “non-utilizzatori” ne ha sentito parlare.

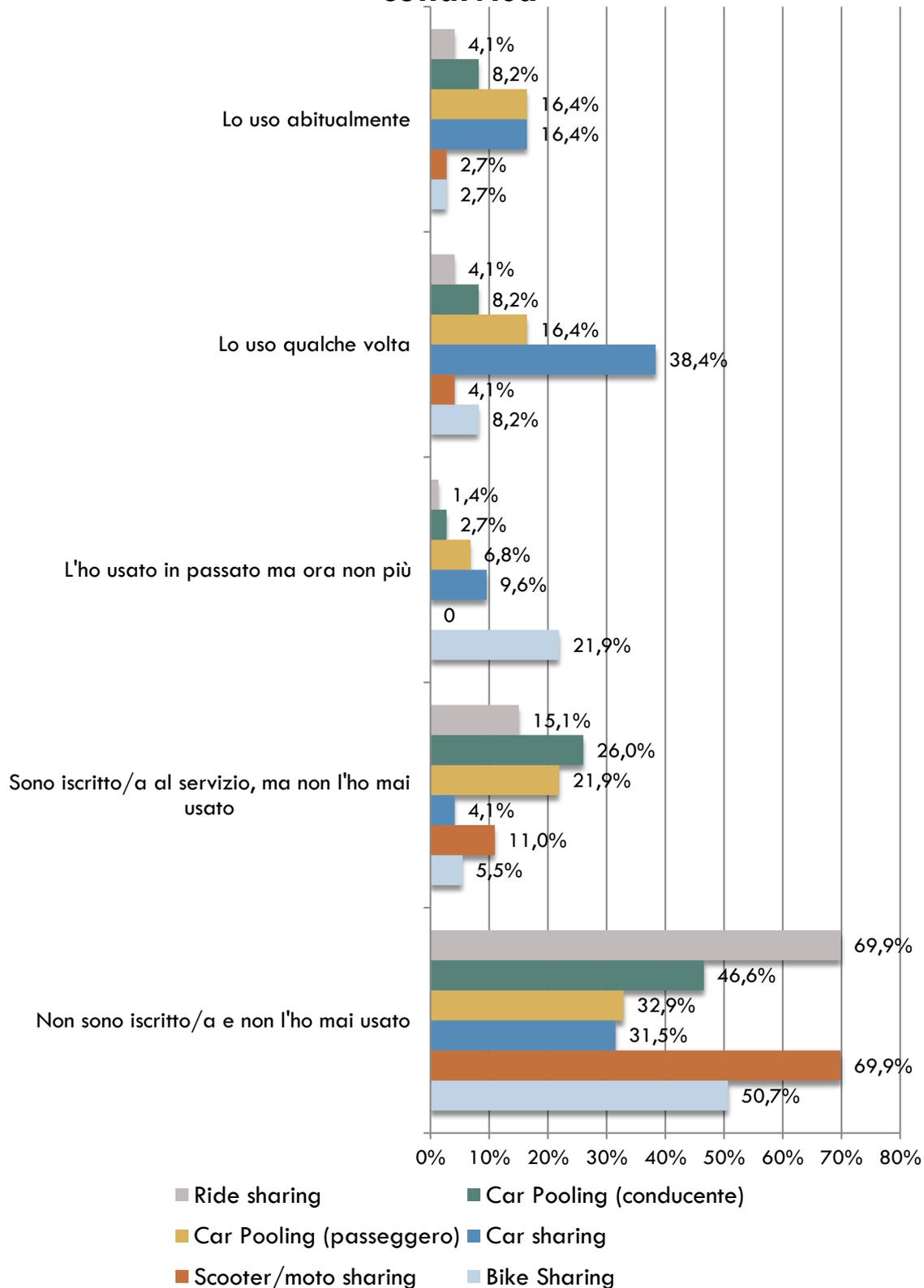
E alla domanda “Utilizzeresti servizi di sharing mobility”, il 75% dei “non-utilizzatori” afferma che li userebbe. A tal proposito sarebbe opportuno considerare il superamento dei motivi di esclusione delle persone dal servizio, per quanto possibile come: l’estensione del servizio ad aree non coperte, i costi e le difficoltà collegate all’accesso e all’uso del servizio.



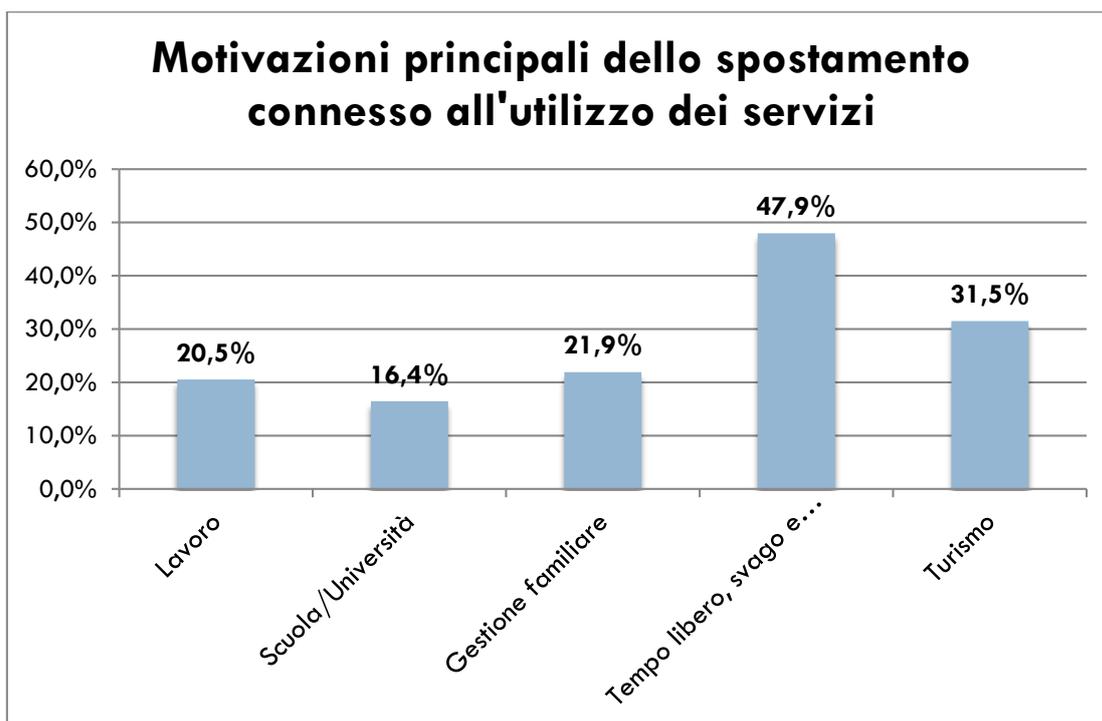
## “Utilizzeresti servizi di sharing mobility?”



## Utilizzo dei diversi servizi di mobilità condivisa

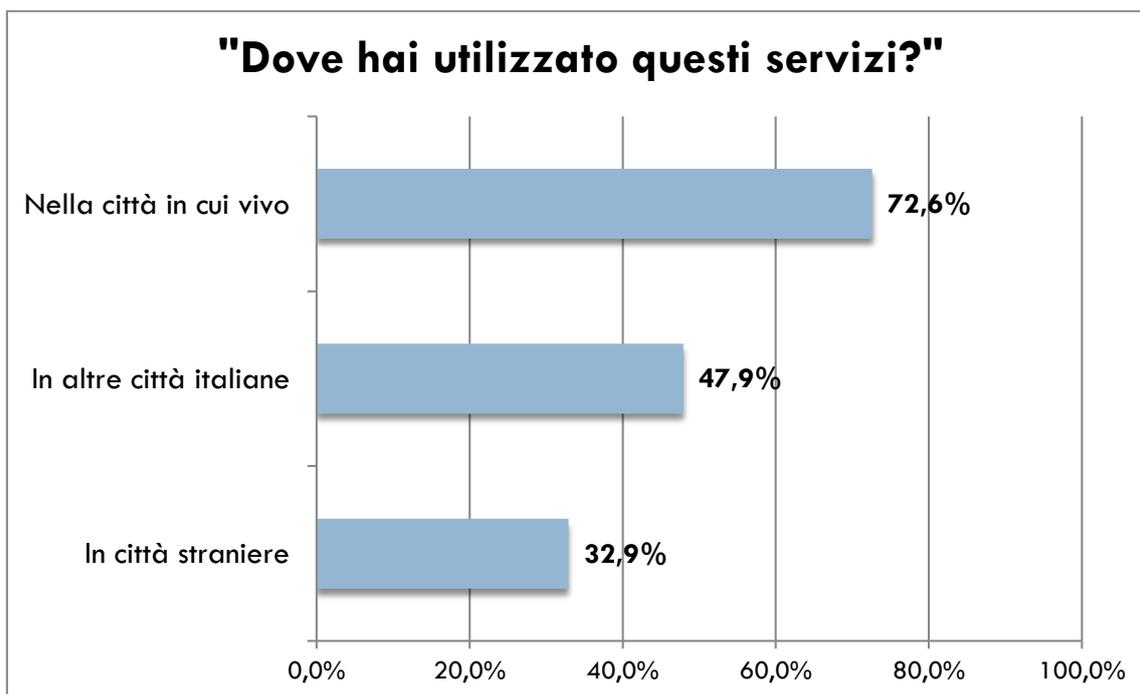


I servizi utilizzati più frequentemente, come mostra il grafico, sono il Car Sharing e il Car Pooling: l'automobile, quindi, resta centrale come mezzo di trasporto nelle abitudini delle persone, anche nello scenario della mobilità alternativa e collaborativa; quello che sembra stia cambiando è l'idea di possesso.



Un dato interessante è che quasi la metà delle persone che utilizzano i servizi di sharing mobility lo hanno fatto in città diverse dal luogo in cui vivono (47,9%), e quasi 1 persona su 3 ha utilizzato tali servizi in città straniere.

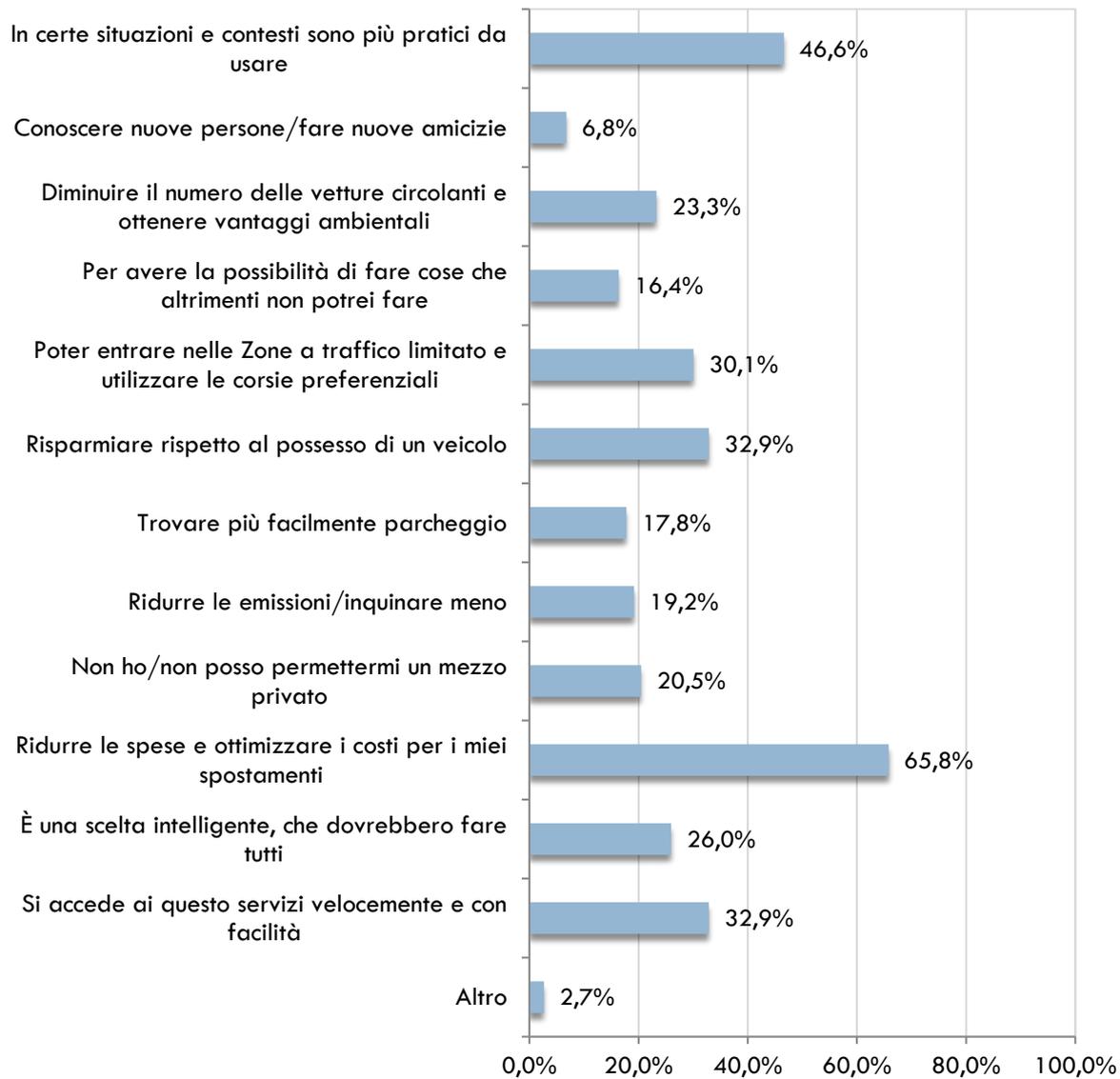
Questi dati sembrano confermare la tendenza che le persone abbiano sempre più "consumi globalizzati", dispersi spazialmente, richiedendo (gli stessi) servizi in contesti e situazioni molto diverse.



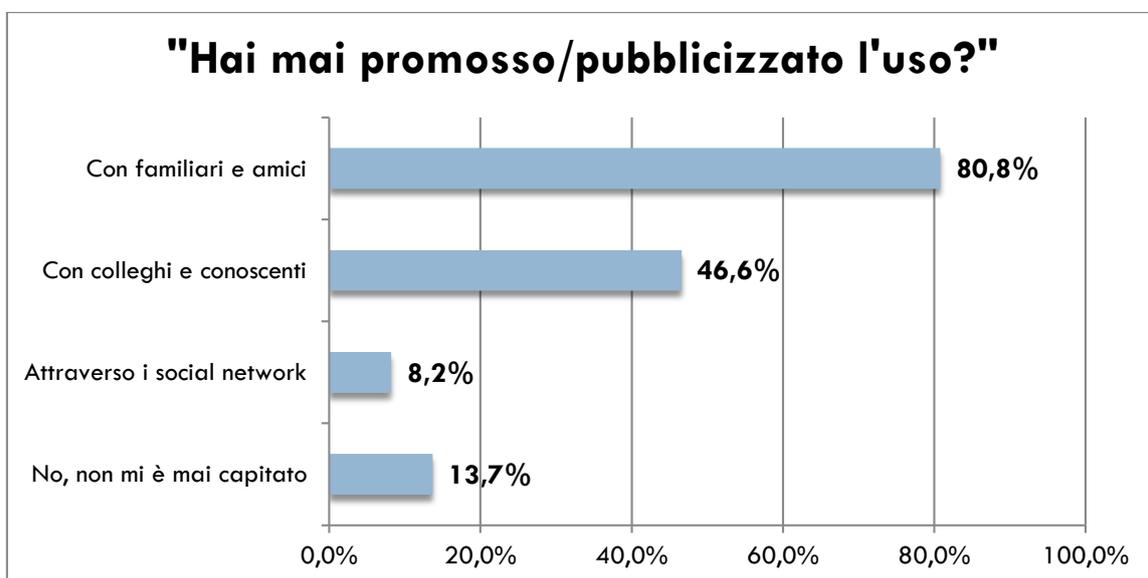
Le principali motivazioni che spingono all'uso di servizi di mobilità condivisa sono:

1. *Economiche*: "Ridurre le spese per gli spostamenti" (65,8%), "Risparmiare rispetto al possesso di un veicolo" (32,9%)
2. *Funzionali*: "Sono pratici da usare" (46,6%), "Si accede facilmente e velocemente ai servizi" (32,9%), Accedere a zone ZTL (30,1%)
3. *Ambientali*: "Diminuire il numero delle vetture circolanti" (23,3%), "Ridurre le emissioni" (19,2%)
4. *Sociali*: "Conoscere nuove persone/Fare nuove amicizie" (6,8%)

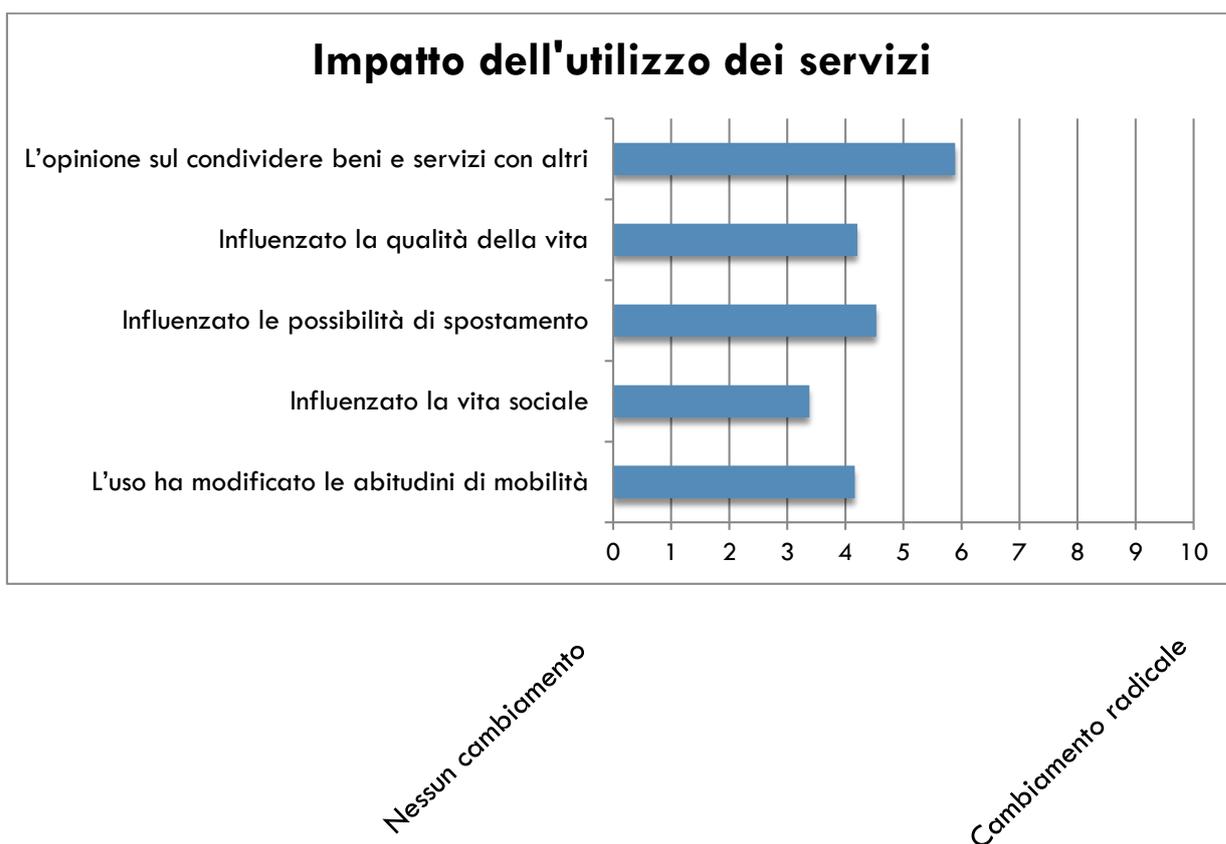
## Motivazioni all'uso dei servizi di sharing mobility



Gli utilizzatori si pongono come “promotori” del servizio, e il passaparola è fondamentale nelle dinamiche di consumo. Solo il 13,7% degli utilizzatori non ha mai promosso/pubblicizzato l’uso che ha fatto dei servizi. L’80,8% ne parla con la cerchia di familiari e amici, quasi la metà (il 46,6%) con colleghi e conoscenti. Sembra trovare poco spazio la condivisione dell’esperienza d’uso sulle piattaforme di social network, che forse potrebbero essere meglio sfruttate come amplificatori di scelte “intelligenti” (una spinta potrebbe venire dalle istituzioni o dagli operatori dei servizi).

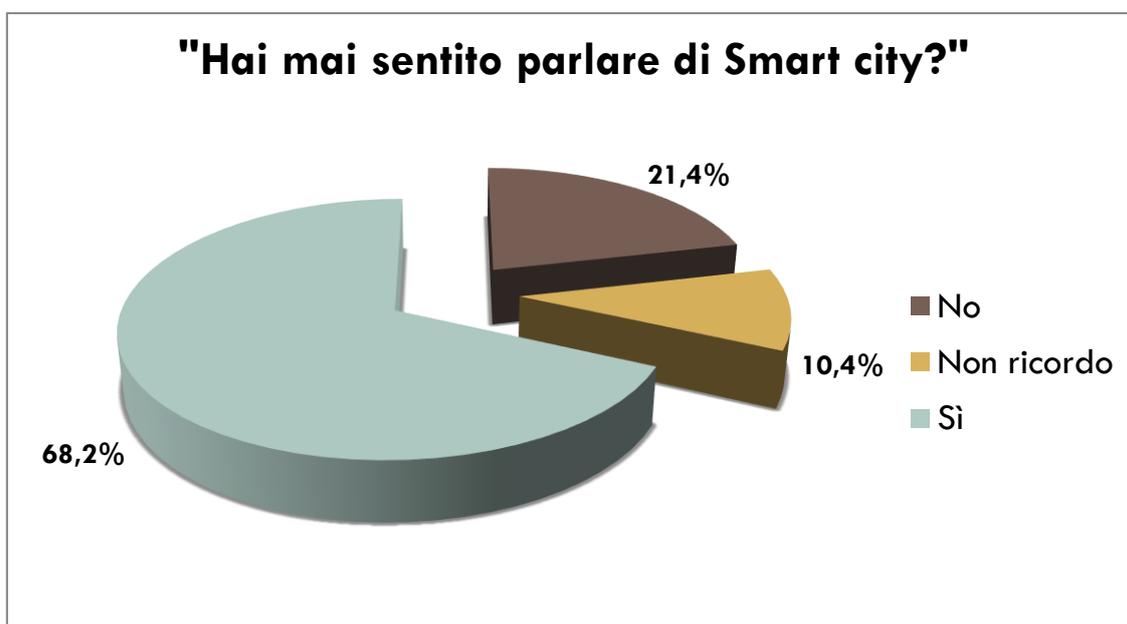


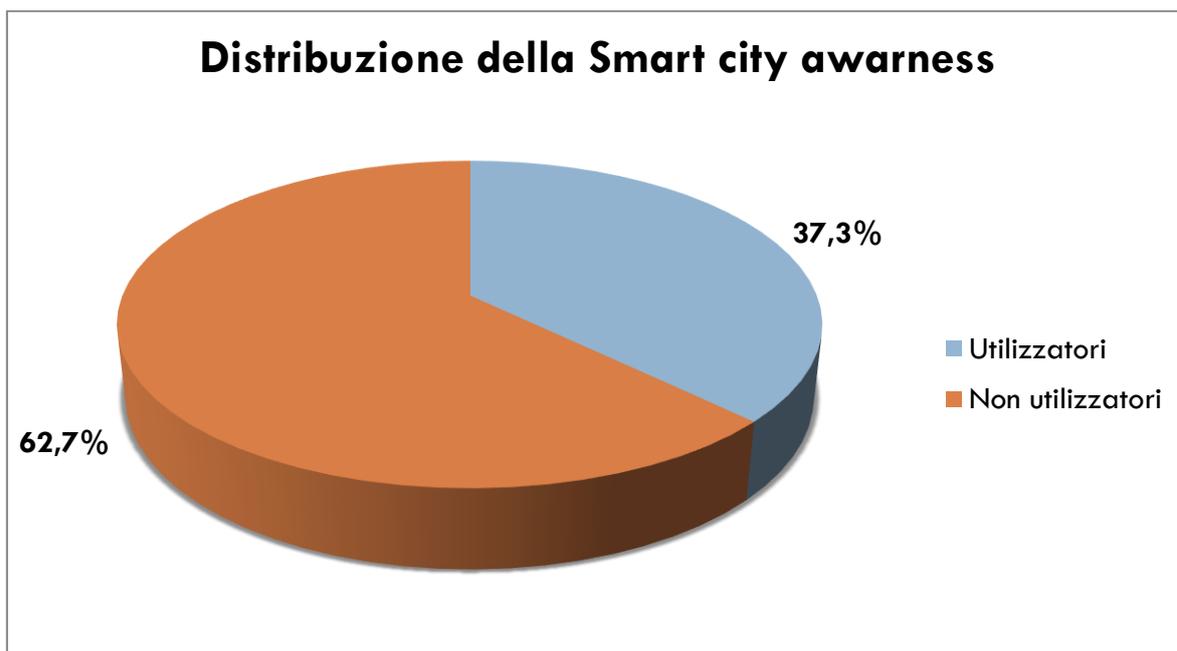
L'utilizzo di questo tipo di servizi di mobilità sembra avere un certo impatto sulla vita delle persone che li utilizzano: soprattutto sembrano influenzare il cambiamento di opinione rispetto al tema stesso della condivisione.



## 6.10 Smart city awarness

La conoscenza del concetto di "Smart city", sembra essere molto diffusa nel campione: il 68,2% afferma di averne sentito parlare. Rispetto alla conoscenza di questo tema non sembra ci sia una correlazione tra chi utilizza servizi di sharing mobility e la *smart city awarness*: solo il 37,3% degli "utilizzatori" ha sentito parlare di Smart city.

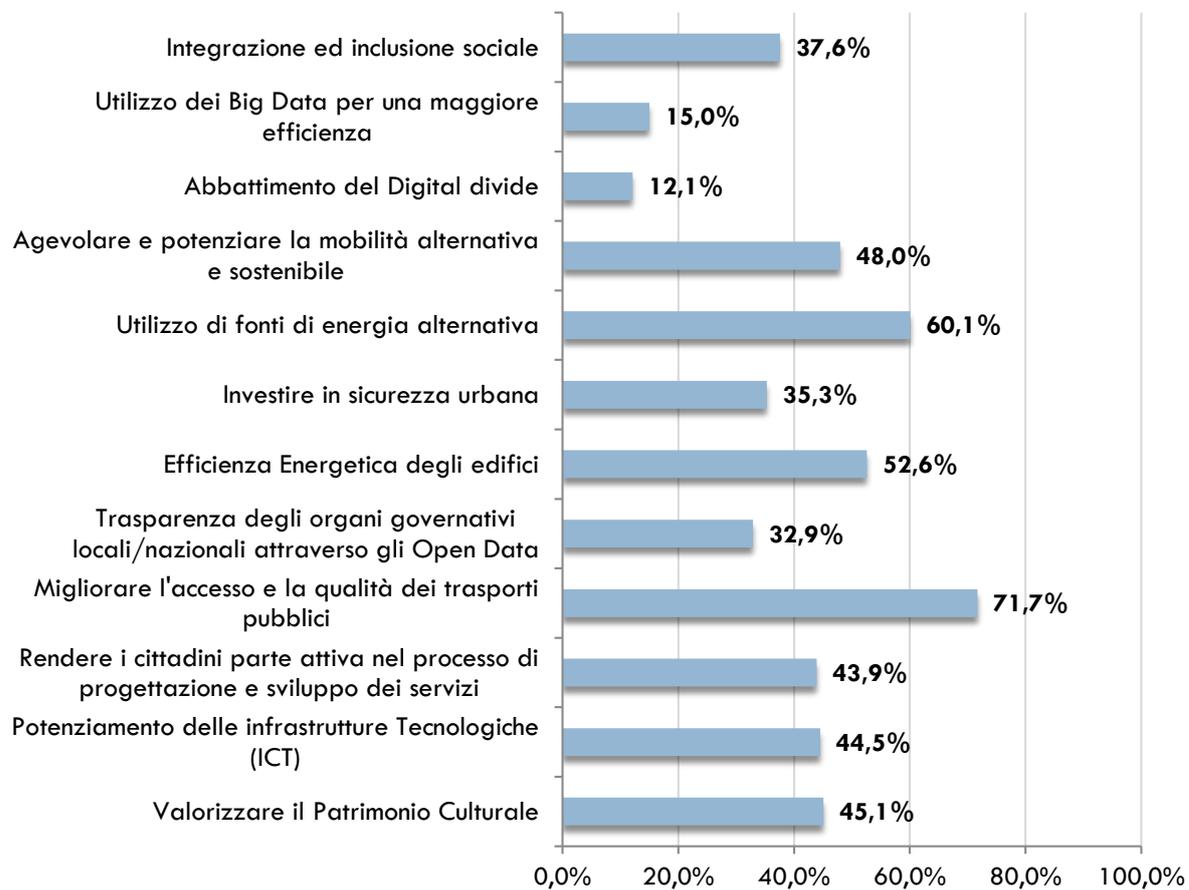




Rispetto alle dimensioni che dovrebbero caratterizzare le Smart city, il campione

1. *Mobility improvement*
2. *Sostenibilità ambientale*: attraverso l'utilizzo di fonti di energia alternativa e mobilità sostenibile, efficienza energetica
3. Sicurezza urbana
4. *Cultural and human capital*: Valorizzazione del patrimonio culturale e coinvolgimento dei cittadini nel processo di progettazione e sviluppo dei servizi, integrazione ed inclusione sociale
5. *Technologies*: infrastrutture (ICT), utilizzo dei Big data

## Caratteristiche che dovrebbe avere una "Smart city"



## 6.11 Smartness evaluation

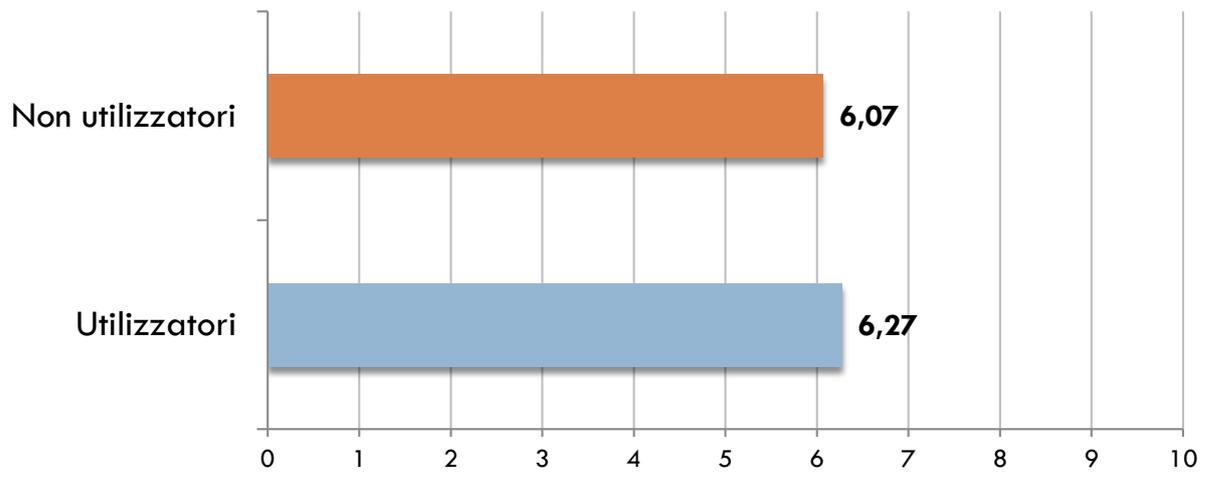
Il campione sembra molto severo nel giudizio rispetto al livello di *smartness* della città in cui vivono. Uno spunto di ricerca interessante, attraverso un approccio qualitativo, sarebbe quello di comprendere più approfonditamente questo aspetto:

rispetto a cosa le persone valutano la smartness della città dove vivono? a quale immaginario di Smart city fanno riferimento? E, soprattutto, la vorrebbero più "smart"? e se sì in che modo? Quale visione della *smartness* urbana vorrebbero costruire? Sarebbe interessante capire quale narrazione "dal basso" ne emergerebbe.



Rispetto al livello di *smartness* individuale, sia gli "utilizzatori" che in "non utilizzatori" si attribuiscono un valore di sufficienza. Chi utilizza servizi di sharing mobility (che abbiamo definito "smart") "non si sente più smart" rispetto al resto delle persone che fanno parte del campione. Anche qui una prospettiva di approfondimento interessante potrebbe essere quella che indaga i parametri, i comportamenti, i valori secondo i quali le persone si rappresentano come "smart".

### "Da 0 a 10: quanto ti consideri "smart"?"



## 7 FROM “SMART PEOPLE” TO “SMART CITY USER”

La ricerca empirica proposta ci consente di fare delle considerazioni sia sulle “persone smart”, che sono quello che stiamo ricercando, ma anche su quelle che non definiamo strettamente tali, ma che probabilmente lo sono o lo sarebbero da un altro punto di vista.

Il profilo che emerge dalla nostra indagine empirica, per quanto non rappresentativa per la sua dichiarata natura esplorativa, è che le *persone smart*, ovvero le persone che utilizzano servizi smart (come i quelli di *sharing mobility*) non si sovrappongono all’idea di Smart people se non parzialmente e per certi aspetti.

### 7.1 Research highlights

- Le “persone smart” hanno un’età media di 30,2 anni e rispetto al resto del campione hanno un livello di istruzione più alto ma non sono professionals. Solo il 31% appartiene a quella classe di persone altamente professionalizzate con impieghi nell’industria creativa e quella scientifica.
- Sebbene la quasi totalità del campione abbia a disposizione uno smartphone, e utilizzi piattaforme di comunicazione come Facebook e Whatsapp, il gruppo degli “utilizzatori” presenta maggiori competenze rispetto alle nuove tecnologie e un utilizzo più diffuso rispetto alle attività svolte.
- Il campione restituisce un complesso di persone dagli **stili di vita mobili**, che si spostano frequentemente, per periodi brevi o lunghi, soprattutto per fare esperienze (turismo e tempo libero).
- Che si parti di proprietà o “in condivisione” in senso ampio, l’**automobile** resta un mezzo ampiamente utilizzato (il 75% del campione) per spostarsi. Ma se si

parla di “propensione all’acquisto” gli “utilizzatori” di servizi di sharing mobility si mostrano molto meno orientati all’acquisto di una macchina di proprietà rispetto ai “non-utilizzatori.

- Per quanto riguarda la partecipazione ai temi della vita politica e civile il campione nella sua complessità mostra come le attività vengano svolte quasi proporzionalmente tra la dimensione *on line* e quella *offline*: sebbene la prima dimensione riscuota maggiore successo (più della metà del campione, il 56,1%, ha postato sul web opinioni su temi ambientali, sociali e politici; e il 46,8% ha firmato petizioni online), anche la partecipazione in senso stretto continua ad avere luogo (il 45,1% del campione ha partecipato a riunioni associative).
- Rispetto alla “consapevolezza” dei consumi e alla responsabilità connessa agli atti di acquisto non sembrano esserci sostanziali differenze tra “utilizzatori” e “non-utilizzatori” rispetto alle pratiche di consumo consapevole o collaborativo, che comunque riguardano meno di 1/3 del campione.
- Per quanto riguarda gli atteggiamenti verso i seguenti temi proposti non si registrano nette differenze tra “utilizzatori” e “non utilizzatori”:
  1. superamento delle disuguaglianze e l’inclusione sociale
  2. l’importanza delle tematiche di sostenibilità ambientale e sociale
  3. l’efficacia della partecipazione individuale

Gli atteggiamenti verso le prime due questioni sono molto favorevoli, questi temi sono praticamente gli stessi sia per la categoria degli “utilizzatori” che per i “non utilizzatori”;

L’atteggiamento “meno favorevole” si rivela essere quello relative alla possibilità che la partecipazione politica e sociale individuale possa effettivamente contribuire a un fattivo cambiamento. Questa dimensione si inserisce nella

tendenza diffusa a credere meno nelle istituzioni e nel fatto che le proprie azioni possano avere effetti.

- Le caratteristiche che la totalità del campione attribuisce alla sharing economy sembrano coincidere con le motivazioni reali degli utilizzatori dei servizi di sharing mobility:
  - al primo posto vi è l'aspetto economico,
  - al secondo posto è l'aspetto funzionale
  - al terzo posto c'è l'aspetto ecologico ambientale
  - al quarto posto l'aspetto "sociale"

I valori di riferimento sembrano gli stessi rispetto a questo tipo di servizi sia per chi li usa che per chi non li usa.

- I servizi utilizzati più frequentemente sono il Car Sharing e il Car Pooling: l'automobile, quindi, resta centrale come mezzo di trasporto nelle abitudini delle persone, anche nello scenario della mobilità alternativa e collaborativa; quello che sembra stia cambiando è l'idea di possesso. La direzione impressa dalla diffusione di questo tipo di pratiche è che si va verso l'idea che l'auto sia un servizio da utilizzare più che un oggetto da possedere. Meriterebbe maggiore approfondimento l'aspetto di "status symbol" e valore simbolico dell'automobile rispetto ai servizi di Car sharing, ad esempio: quanto influisce il tipo di automobile che questi mettono a disposizione degli utenti nella scelta del servizio? Quanto conta "sembrare smart" e rappresentarsi come persone che utilizzano servizi innovativi e alla moda? Queste domande meritano un approfondimento che solo un approccio di ricerca qualitativo potrebbe fornire.
- La conoscenza del concetto di "Smart city", sembra essere molto diffusa nel campione: il 68,2% afferma di averne sentito parlare. Rispetto alla conoscenza di

questo tema non sembra ci sia una correlazione tra chi utilizza servizi di sharing mobility e la smart city awarness.

- Rispetto alle dimensioni che dovrebbero caratterizzare le Smart city, quelle principali per l'intero campione risultano essere:
  1. *Mobility improvement*
  2. *Sostenibilità ambientale*: attraverso l'utilizzo di fonti di energia alternativa e mobilità sostenibile, efficienza energetica
  3. Sicurezza urbana
  4. *Cultural and human capital*: Valorizzazione del patrimonio culturale e coinvolgimento dei cittadini nel processo di progettazione e sviluppo dei servizi, integrazione ed inclusione sociale
  5. *Technologies*: infrastrutture (ICT), utilizzo dei Big data
- Rispetto al livello di *smartness* individuale, sia gli "utilizzatori" che in "non utilizzatori" si attribuiscono un valore di sufficienza. Chi utilizza servizi di sharing mobility (che abbiamo definito "smart") "non si sente più smart" rispetto al resto delle persone che fanno parte del campione.
- Il campione sembra molto severo nel giudizio rispetto al livello di *smartness* della città in cui vivono. Uno spunto di ricerca interessante, attraverso un approccio qualitativo, sarebbe quello di comprendere più approfonditamente questo aspetto:

rispetto a cosa le persone valutano la smartness della città dove vivono? a quale immaginario di Smart city fanno riferimento? E, soprattutto, la vorrebbero più "smart"? e se sì in che modo? Quale visione della *smartness* urbana vorrebbero costruire? Sarebbe interessante capire quale narrazione "dal basso" ne emergerebbe.

Un'ulteriore prospettiva di approfondimento interessante potrebbe essere quella che indaga i parametri, i comportamenti, i valori secondo i quali le persone si rappresentano come "smart" o meno.

- Le caratteristiche delle "persone smart" che sono emerse più nettamente dalla ricerca è che sono:
  - Giovani
  - Hanno un alto livello di istruzione
  - Alta competenza tecnologico e frequente utilizzo di Internet e dei dispositivi tecnologici per svolgere le proprie attività
  - More sharing, less ownership
  - Driver (diffondono la loro esperienza)

Non se ne può tracciare un profilo netto e completo a quello che si può fare è avanzare delle provocazioni: le Persone smart non necessariamente sono professionals, o sono consumatori critici e responsabili, o fanno dell'ambientalismo il valore che guida le loro scelte di utilizzo di servizi smart.

*Forse "progettando" le Smart people stiamo immaginando persone che non ci sono e non ci potranno essere?*

*Forse gli artefici del cambiamento hanno (e devono avere) altre sembianze?*

Lo scopo della parte empirica di questa ricerca è contribuire alla necessità di una riflessione sociologica che sia, oltre che teorica, anche metodologica.

Un'ultima operazione che si vuole compiere è linguistica data la centralità che i discorsi e le parole hanno avuto nella presente ricerca.

Forse bisogna trovare un'altra etichetta che rappresenti le "persone smart" e la distingua però dall'idea di Smart People così come è emersa in questa ricerca.

Alla luce dell'analisi sulle popolazioni urbane di Martinotti (Martinotti, 1996) che abbiamo preso a riferimento per affrancarci dalla dimensione della "residenza" e dei "diritti", ci induce ad escludere la denominazione "*Smart citizen*" sebbene spesso utilizzata anche in letteratura.

La città la fanno di sicuro i cittadini che hanno diritto di definirne gli apparati di governo, e il dovere di contribuirne al mantenimento (ad es. attraverso le tasse), ma la città la fanno anche tutte le persone che non vi risiedono, che la vivono per brevi o lunghi periodi per i motivi più diversi, flussi di persone in grado di attraversare e ridefinire gli spazi urbani con la loro presenza-assenza. Il diritto alla città è un diritto sempre più forte che emerge dai city user. Che sia legittimo, e istituzionalizzato, o meno, la loro esistenza è un dato di fatto che influenza profondamente le dinamiche urbane, dalla mobilità all'organizzazione spaziale, dalla configurazione politica alla gestione economica delle città.

Pertanto si vuole proporre, per definire le "persone smart" che abbiamo identificato nella ricerca empirica, il nome di **Smart city user**.

Che le persone del nostro campione che utilizzano i servizi di sharing mobility siano residenti o meno, è un dato di poco conto alla luce delle vite mobili e fluide che conducono e della loro volontà/esigenza di utilizzare gli stessi servizi ovunque vadano.

Per *City user* in questo contesto si vuole indicare quindi il riferimento a una condizione individuale generalizzata, che vede le persone sempre più *users* rispetto alle città e ai servizi che erogano.

Inoltre il termine può avere una duplice lettura "Smart-city user" laddove li consideriamo come utenti di servizi smart all'interno della città, e "Smart city-user" se vogliamo sottolineare la capacità di configurarsi come gli "attori smart" all'interno dell'ampia fascia dei city user.

# *Appendice*

## **WEB SURVEY**

### **Abitare, muoversi, condividere: tu come lo fai?**

Questo sondaggio fa parte di una ricerca di dottorato in Comunicazione e Ricerca Sociale della "Sapienza" Università di Roma. L'obiettivo è esplorare chi sono, cosa fanno e come si muovono le persone all'interno dei centri urbani in cui vivono, soprattutto alla luce dei recenti e radicali cambiamenti di stili di vita e mobilità.

La ricerca vuole indagare se e in che modo le possibilità dispiegate dalle nuove tecnologie, l'opportunità di essere sempre connessi alla Rete, l'emergere di nuovi valori e nuovi bisogni legati a vite sempre più "mobili", stanno trasformando il rapporto tra lo spazio urbano e chi lo abita, lo vive o semplicemente attraversa.

Il tempo di compilazione è di circa 10/15 minuti e il tuo contributo è fondamentale per completare la ricerca!

Grazie per la partecipazione a questo sondaggio.

**1) Quanti anni hai?**

Testo risposta breve

**2) Sei:**

Tipo di domanda Scelta multipla

- Donna
- Uomo

**3) Titolo di studio**

- Nessuno/Licenza Elementare
- Licenza scuola Media inferiore
- Diploma scuola Secondaria superiore
- Laurea Triennale
- Laurea Specialistica/Magistrale o Quinquennale
- Master o Dottorato/Post-Dottorato

**4) Qual è la tua professione?**

Testo risposta breve

**5) In che settore?**

1. Agroalimentare
2. Alberghi & Ristoranti
3. Ambiente
4. Amministrazione
5. Architettura
6. Arti visive (Fotografia, pittura, etc)
7. Artigianato Artistico
8. Audiovisivi (cinema, TV, etc.)
9. Banche e Assicurazioni
10. Beni Culturali

11. Chimica & Farmaceutica
12. Commercio
13. Design e Grafica
14. Edilizia
15. Editoria
16. Elettronica
17. Gestione delle Risorse Umane
18. Informatica & Telecomunicazioni
19. Logistica
20. Moda
21. Musica
22. No Profit
23. Organizzazione di eventi
24. Pubblica Amministrazione
25. Pubblicità, Marketing e Digital Communication
26. Radio
27. Sanità & Benessere
28. Servizi alla Persona
29. Spettacolo (Teatro, danza, musica)
30. Sport
31. Trasporti
32. Turismo
33. Università e Ricerca
34. Videogiochi
35. Altro

**6) Oltre all'italiano quante lingue parli?**

- Nessuna
- Una
- Due
- Più di due

**7) Città in cui vivi**

Testo risposta breve

**8) Indica la tipologia di centro urbano in cui vivi:**

- Paese (fino a 20.000 abitanti)
- Città piccole/medie dimensioni (tra 20.000 e 100.000 abitanti)
- Città grandi dimensioni/metropoli (oltre i 100.000 abitanti)

**9) Da quanto tempo ci vivi?**

- Meno di 1 anno
- Tra 1 e 10 anni
- Più di 10 anni
- Ci vivo da quando ci sono nato/a

**10) Quanto tempo trascorri nella città in cui abiti?**

- Trascorro la maggior parte del mio tempo, svolgo le mie principali attività
- Trascorro poco tempo perché lavoro/studio in un'altra città
- Altro...

**11) La tua prospettiva per i prossimi 5 anni è:**

- Vorresti rimanere nella città in cui vivi
- Spostarti a seconda delle tue esigenze (lavorative, di studio, personali etc.)
- Vorresti spostarti in un'altra città
- Non so

**12) Nell'ultimo anno quali dei seguenti tipi di soggiorni ti è capitato di fare al di fuori della città dove vivi?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Soggiorni di breve periodo (almeno 2 notti)
- Soggiorni di qualche settimana
- Soggiorni di lungo periodo (almeno 3 mesi)
- No, non mi è capitato

**13) Se ti è capitato, per quali motivi?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Lavoro
- Studio (es. Convegni, Ricerca, Vacanza studio, Erasmus etc.)
- Turismo e attività legate al tempo libero
- Impegni relativi a familiari/amici
- Altro...

**14) Quali dei seguenti dispositivi utilizzi abitualmente:**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Smartphone
- Tablet
- Laptop
- Desktop Pc
- Smartwatch
- Activity/Fitness Tracker
- Nessuno
- Altro...

**15) Su quali di queste piattaforme hai scritto o condiviso contenuti nell'ultimo mese?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Whatsapp
- Snapchat

- Linked In
- Tumblr
- Nessuna
- Altro...

### **16) Utilizzi Internet e dispositivi digitali per svolgere le seguenti attività?**

Riga 1. Fare acquisti

Riga 2. Gestire le tue finanze (es. conto bancario, pagamenti on line etc.)

Riga 3. Rimanere in contatto con la tua rete di amici

Riga 4. Manifestare idee e opinioni

Riga 5. Fare sport e prenderti cura della tua salute

Riga 6. Organizzare il tuo tempo libero e le vacanze

Riga 7. Informazioni sui percorsi, sul traffico e infomobilità

Riga 8. Interagire con le Amministrazioni Pubbliche (università; servizi sanitari, informativi, turistici, etc)

Colonna 1. Sempre

Colonna 2. Spesso

Colonna 3. Qualche volta

Colonna 4. Quasi mai

Colonna 5. Mai

Colonna 6. Non so

### **Stili di mobilità**

**17)** Pensando a una settimana tipo, per i tuoi spostamenti quanto spesso ti muovi:

Riga 1. A piedi

Riga 2. In bicicletta

Riga 3. In moto/ciclomotori

Riga 4. In automobile (come guidatore e/o passeggero)

Riga 5. Utilizzando i mezzi pubblici (treno, metro, tram, autobus etc.)

Colonna 1. Tutti i giorni

Colonna 2. 3/4 giorni a settimana

Colonna 3. Almeno 1 giorno a settimana

Colonna 4. Poche volte al mese

Colonna 5. Mai

Colonna 6. Non so

**18) Utilizzi un'automobile?**

*Indica l'uso prevalente*

- Sì, di mia proprietà
- Sì, ma non di mia proprietà (familiari, amici, azienda, etc.)
- Sì, utilizzo il car sharing
- No, non uso l'automobile

**19) Vorresti un'automobile di tua proprietà?**

- Sì
- No
- Non so

**20) Nell'ultimo anno quali delle seguenti attività hai svolto?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Partecipato a riunioni di associazioni (politiche, culturali, ricreative, sindacali etc.)
- Firmato petizioni online
- Volontariato

- Postato sul web opinioni su temi sociali, ambientali, politici
- Preso parte a manifestazioni
- Partecipato a incontri pubblici aperti ai cittadini (public hearing)
- Cercato e/o utilizzato Open Data
- Nessuna di queste
- Altro...

**21) Quando fai acquisti ti capita di:**

Riga 1. Comprare prodotti del Commercio Equo-solidale

Riga 2. Comprare prodotti Biologici

Riga 3. Controllare l'origine dei prodotti

Colonna 1. Sempre

Colonna 2. Spesso

Colonna 3. Qualche volta

Colonna 4. Quasi mai/Mai

Colonna 5. Non so

**22) Per ciascuna delle seguenti affermazioni indica quanto ti ritieni d'accordo o in disaccordo:**

Riga 1. Occorre boicottare i prodotti di aziende che hanno comportamenti dannosi in ambito ambientale/sociale

Riga 2. E' giusto che il Governo Italiano e l'Europa investano risorse economiche nell'accoglienza dei migranti

Riga 3. I Governi Locali offrono diversi spazi virtuali/fisici per favorire la partecipazione dei cittadini su problematiche di interesse comune

Riga 4. Ci sono troppi immigrati nelle nostre città

Riga 5. In Italia c'è l'esigenza di una legge contro l'omofobia

Riga 6. Le amministrazioni locali non includono i cittadini nelle decisioni strategiche

Riga 7. Grazie a Internet ognuno può contribuire al cambiamento sociale

Riga 8. Per combattere l'emergenza climatica occorre una rivoluzione energetica e abbandonare i combustibili fossili

Riga 9. E' fondamentale confrontarsi con diverse culture e conoscere altre tradizioni

Riga 10. La perdita di biodiversità è un problema molto grave

Colonna 1. Completamente d'accordo

Colonna 2. Abbastanza d'accordo

Colonna 3. Nè in accordo nè in disaccordo

Colonna 4. In leggero disaccordo

Colonna 5. In completo disaccordo

Colonna 6. Non so

**23) Negli ultimi anni si sta assistendo alla nascita di nuove modalità di consumo cosiddetto "collaborativo", abilitato dalle nuove tecnologie e basato sulla condivisione di beni materiali, servizi o conoscenze (si pensi ad Airbnb, Couchsurfing, Bla Bla car, Uber etc.). Quali caratteristiche assoceresti a questo tipo di economia (sharing economy)?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Solidale verso gli altri
- Conveniente economicamente per i consumatori
- Fonte di guadagno personale
- E' una moda
- Efficace rispetto ai bisogni delle persone
- E' un modo per fare nuove esperienze
- Sostenibile per l'ambiente
- Fa conoscere nuove persone
- Nessuna di queste
- Non ho mai sentito parlare di questo fenomeno
- Non so

**24) Negli ultimi tempi si sono diffuse nelle nostre città nuove pratiche di mobilità condivisa, come il bike/car sharing (es. Car2Go, Enjoy etc.), il carpooling (es. Bla Bla Car), oppure servizi come Uber. Hai mai utilizzato questo tipo di servizi?**

- Sì
- No, ma li conosco e mi piacerebbe provare
- No, ma ne ho sentito parlare
- No, non so cosa sono

**25) Ricordi come sei venuto a conoscenza dell'esistenza di questi servizi di mobilità condivisa?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Siti Internet dedicati, pubblicità su siti web
- Social media (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- Vedendo per strada i veicoli appartenenti ai servizi
- Passaparola, persone che usano/conoscono i servizi
- Articoli su giornali/riviste
- Televisione e Radio
- Amici/colleghi
- Manifesti/locandine pubblicitarie per strada
- Volantini, depliant
- Mostre/eventi/convegni/seminari
- Pannelli informativi
- Non so
- Altro...

**26) Li utilizzeresti?**

- Sì, ma non sono presenti nella zona in cui vivo
- Sì, ma mi sembra complesso l'accesso al servizio
- Sì, ma sono troppo costosi
- Sì, ma finora non ne ho avuto l'esigenza
- No, non li utilizzerei
- Non so
- Altro...

**27) Quali dei seguenti servizi di mobilità condivisa utilizzi o hai utilizzato:**

Riga 1. Bike sharing

Riga 2. Scooter/moto sharing

Riga 3. Car sharing (es. Car2go, Enjoy, Share'NGo, iOguido etc.)

Riga 4. Car Pooling come passeggero (es. Bla Bla Car; car pooling aziendale/universitario etc.)

Riga 5. Car Pooling come conducente (es. Bla Bla Car; car pooling aziendale/universitario etc.)

Riga 6. Ride sharing "on demand" (es. Uber)

Colonna 1. Lo uso abitualmente

Colonna 2. Lo uso qualche volta

Colonna 3. L'ho usato in passato ma ora non più

Colonna 4. Sono iscritto/a al servizio, ma non l'ho mai usato

Colonna 5. Non sono iscritto/a e non l'ho mai usato

**28) Usi questi servizi soprattutto quando ti sposti per:**

Riga 1. Lavoro

Riga 2. Scuola/università

Riga 3. Gestione familiare

Riga 4. Tempo libero, svago e divertimento (attività sportive, culturali; concerti, eventi etc)

Riga 5. Turismo

Colonna 1. Sempre

Colonna 2. Spesso

Colonna 3. Qualche volta

Colonna 4. Quasi mai/Mai

Colonna 5. Non so

**29) In quali città hai usufruito di questo tipo di servizi?**

*Puoi scegliere più opzioni*

- Nella città in cui vivo
- In altre città italiane
- In città straniere

**30) Quali servizi utilizzi o hai utilizzato nello specifico? (elenca i nomi dei servizi o delle piattaforme)**

*Testo risposta lunga*

**31) Perché hai scelto di usare questo tipo di servizi di mobilità condivisa?**

*Seleziona al massimo 3 opzioni*

- Ridurre le spese e ottimizzare i costi per i miei spostamenti
- Ridurre le emissioni/inquinare meno
- Risparmiare rispetto al possesso di un veicolo
- Trovare più facilmente parcheggio
- Conoscere nuove persone/fare nuove amicizie
- Non ho/non posso permettermi un mezzo privato
- In certe situazioni e contesti sono più pratici da usare
- Poter entrare nelle Zone a traffico limitato e utilizzare le corsie preferenziali
- Si accede ai questo servizi velocemente e con facilità
- È una scelta intelligente, che dovrebbero fare tutti
- Per avere la possibilità di fare cose che altrimenti non potrei fare
- Diminuire il numero delle vetture circolanti e ottenere vantaggi ambientali
- Altro...

**32) Ricordi come sei venuto a conoscenza dell'esistenza di questi servizi di mobilità condivisa?**

- Siti Internet dedicati, pubblicità su siti web
- Social media (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- Vedendo i veicoli per strada con gli adesivi sopra
- Passaparola, persone che usano/conoscono i servizi
- Articoli su giornali/riviste
- Televisione
- Radio
- Amici/colleghi
- Manifesti/locandine pubblicitarie per strada
- Volantini, depliant
- Mostre/eventi/convegni/seminari
- Pannelli luminosi informativi
- Non so
- Altro...

**33) Hai mai promosso/pubblicizzato l'uso che hai fatto di questi servizi:**

*Puoi selezionare più opzioni*

- Con familiari e amici
- Con colleghi e conoscenti
- Attraverso i social network
- No, non mi è mai capitato
- Altro...

**34) In generale, l'uso di questi servizi: ha modificato le tue abitudini di mobilità?**

Sono rimaste le stesse 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sono cambiate radicalmente

**35) Ha influenzato la tua vita sociale?**

E' rimasta la stessa 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 E' cambiata radicalmente

**36) Ha influenzato le tue possibilità di spostamento all'interno della città?**  
Sono rimaste le stesse 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sono cambiate radicalmente

**37) Ha influenzato la qualità della tua vita?**  
E' rimasta la stessa 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 E' cambiata radicalmente

**38) Dopo l'utilizzo, la tua opinione sul condividere beni e servizi con altre persone:**  
E' rimasta la stessa 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 E' cambiata radicalmente

**39) Hai mai sentito parlare di "Smart city" o "Città intelligenti"?**

- Sì
- No
- Non ricordo

**40) Secondo te quali sono le caratteristiche che renderebbero una città davvero "smart", ovvero una città più intelligente e vivibile?**

*Seleziona al massimo 3 opzioni*

- Efficienza Energetica degli edifici
- Valorizzare il Patrimonio Culturale
- Investire in sicurezza urbana (prevenzione del crimine, dei rischi ambientali e terroristici)
- Potenziamento delle infrastrutture Tecnologiche (ICT)
- Utilizzo di fonti di energia alternativa
- Rendere i cittadini parte attiva nel processo di progettazione e sviluppo dei servizi
- Integrazione e inclusione sociale
- Abbattimento del Digital divide
- Utilizzo dei Big Data per una maggiore efficienza
- Migliorare l'accesso e la qualità dei trasporti pubblici
- Agevolare e potenziare la mobilità alternativa e sostenibile
- Trasparenza degli organi governativi locali/nazionali attraverso gli Open Data

**41) Da 0 a 10: quanto consideri "smart" la città in cui vivi?**  
Per niente smart 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**42) Da 0 a 10: rispetto alle tue abitudini e al tuo modo di vivere, quanto ti consideri "smart"?**

Per niente smart 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## ***Bibliografia***

ABB & European House-Ambrosetti (2012). Smart cities in Italy: An opportunity in the spirit of the Renaissance for a new quality of life.

Agustoni A., *Sociologia dei luoghi ed esperienza urbana*, Franco Angeli, Milano, 2000

Albino, Vito, Umberto Berardi, and Rosa Maria Dangelico. "Smart cities—definitions, dimensions, and performance." Proceedings IFKAD (2013).

Amendola G., *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Laterza, Roma, 2007

Angelidou, Margarita. "Smart cities: A conjuncture of four forces." *Cities* 47 (2015): 95-106.

Augè M., *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Editrice A coop. Sezione Elèuthera, 1993

Augè M., *Tra i confini. Città, luoghi, integrazioni*. Paravia Bruno Mondadori Editori, 2007

Barberi, Paolo. *È successo qualcosa alla città: manuale di antropologia urbana*. Donzelli editore, 2010.

Bauman Z., *Modernità liquida*, Ed. Laterza, Roma-Bari, 2002

Bauman Z., *Globalizzazione e glocalizzazione*, Armando, Roma, 2005.

Beck, Ulrich. *The Risk Society. Towards a new modernity*. London: Sage, 1992

Bisiani R., Diamantini D. (a cura di), *Mobilità e società dell'informazione*, Angelo Guerini e associati, Milano, 2006

Boccia Artieri G., *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Franco Angeli, Milano, 2012

Borelli G., *Immagini di città. Processi spaziali e interpretazioni sociologiche*, Bruno Mondadori, Milano, 2012

- Calvino I., *Le città invisibili*, Einaudi, Torino, 1972
- Caragliu Andrea, Chiara Del Bo and Nijkamp Peter. "Smart Cities in Europe." *Journal of Urban Technology* 18 (2011): 65-82
- Caragliu, A., & del Bo, C. (2012). *Smartness and European urban performance: Assessing the local impacts of smart urban attributes*. *The European Journal of Social Science Research*, 25, 97–113
- Carvalho, L. (2015). Smart cities from scratch? A socio-technical perspective. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(1), 43–60.
- Castells M., *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002
- Castells M., *La città delle reti*, Marsilio Editori, Venezia, 2004
- Castells M., *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, Milano, 2002
- Castells, I. *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II. Cambridge, MA; Oxford, UK. Blackwell, 1997
- Castells M., *The rise of the network society*, Blackwell publishers, 1996
- Chourabi, H., Nam, T., Walker, S., Gil-García, J. R., Mellouli, S., Nahon, K., Pardo, T. & Scholl, H. J. (2012). "Understanding smart cities: An integrative framework". Paper presented at the 45th Hawaii International Conference on System Sciences. Maui, HI, January 4-7.
- Ciaffi D., Mela A., *La partecipazione*, Carocci, Roma, 2006
- Ciorra P., Mastroglia G. (a cura di), *La metropoli dopo*, Meltemi, Roma, 2002
- Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia *Libro Bianco sulla Creatività*
- Comunello F. "Networked sociability : riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie", Guerini scientifica, Milano, 2010
- Comunello F., *Reti nella rete. Teorie e definizioni tra tecnologie e società*, Edizioni Angelo Guerini e associati, Milano, 2006
- Costa N. and Testa S., *Web marketing e destinazione ospitale*, McGraw-Hill, Milano, 2012

Costa N. e Melotti M., *Digital media in archeological areas. Virtual reality, authenticity and hyper-tourist gaze*, in 'Sociology Mind', 2012, vol. 2, n. 1, pp. 53-61

Costa N., *Il ruolo del sociologo nella programmazione dello sviluppo Turistico Locale*, in 'La critica sociologica', 2011, vol. XV, n. 1, pp. :45-65

Costa N., *La città ospitale*, Mondadori, Milano, 2008

Costa N., *Urban tourist system as Made in Italian districts and the new international middle class of creative city users*, in Diamantini D. and Martinotti G. (eds), *Urban civilization, from yesterday to the next day*, Napoli Scriptamanent, E-book, 2009, pp. 371-393

Costa, Nicolò. "The applied sociology of tourism. The up skills of the facilitator in the Italian hospitality industry." *Advances in Applied Sociology* 3.01 (2013): 1.

Dameri, Renata Paola. "*Searching for Smart City definition: a comprehensive proposal.*" *International Journal of Computers & Technology* 11.5 (2013): 2544-2551.

DE LUCA, Alberta. *Come (ri) pensare la smart city*. *EyesReg Giornale di Scienze Regionali*, 2012, 2.6: 143-146.

Di Paolo G., *Davanti a un mondo nuovo. Teoria. Luoghi. Viaggi*, Morlacchi ed., Perugia 2007

Elliott A., Urry J., *Vite mobili*. Il mulino, 2013.

Fanizza F., *Il vuoto al centro. Città, politica, comunicazione*, Bari, Cacucci Editore 2008

Giddens A., *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna, 1994

Giffinger, R., & Gudrun, H. (2010). Smart cities ranking: An effective instrument for the positioning of cities? *ACE: Architecture City and Environment*, 4, 7–25.

Giffinger, R., Haindlmaier, G., & Kramar, H. (2010). The role of rankings in growing city competition. *Urban Research and Practice*, 3, 299–312.

Granelli A., *Città intelligenti? Per una via italiana alle Smart Cities*, Luca Sossella Editore, Roma, 2012

- Granovetter M., *La forza dei legami deboli e altri saggi*, Napoli, Liguori, 1998
- Guglielmi M., Pala M. (a cura di) *Frontiere, confini, limiti* armando editore, Roma, 2011
- Harvey D., *La crisi della modernità. Alle origini dei mutamenti culturali*, Il Saggiatore, Milano, 1997
- Harvey, David. *Rebel Cities: From the right to the city to the urban revolution*. London: Verso, 2012.
- Henry, Jenkins. "Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo." (2010).
- Hollands, R. G. (2008). Will the real smart city please stand up? *City*, 12, 303–320
- Hollands, Robert G. "Critical interventions into the corporate smart city." *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 8.1 (2015): 61-77.
- Hollands, Robert G. "Critical interventions into the corporate smart city." *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 8.1 (2015): 61-77.
- Jenkins H., *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo*, Edizioni Angelo Guerini e Associati SpA, Milano 2010
- Jenkins H., *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano, 2007
- Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006, tr. it., *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano 2007
- Landry C. , "The creative city: a toolkit for urban innovators", Earthscan, 2000.
- Leonzi S. (a cura di), Michel Maffesoli. *Fenomenologia dell'immaginario*, Armando Editore, Roma, 2009
- Leydesdorff, L. & Deakin, M. (2011). "The triple-helix model of smart cities: A new-evolutionary perspective". *Journal of urban Technology*, 18(2): 53-63.

- Lombardi, Patrizia, et al. "Modelling the smart city performance." *Innovation: The European Journal of Social Science Research* 25.2 (2012): 137-149.
- Luhmann, Niklas. *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*. Bologna: Il Mulino, 1984
- Manovich L., *I linguaggi dei nuovi media*, Olivares, Milano 2002
- Marciano, Claudio, "*Unpacking a smart city model*", in *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences – section Communication Studies –*, University of Chicago Illinois: Chicago, Usa, 2012
- Marciano, Claudio. *Smart City: Lo spazio sociale della convergenza*. Vol. 6. Edizioni Nuova Cultura, 2015.
- Marrone G., Pezzini I., *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Meltemi, Roma, 2006
- Martinelli F. (a cura di), *La Città i classici della sociologia*, Liguori, Napoli
- Martinotti G., *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino, 1993
- Mela A., *Sociologia delle città*, Carocci, Roma, 2006
- Mitchell W., *E-topia*, Mit press paperback edition, 2000
- Mitchell, W.J. (1995), *City of Bits: Space, Place and the Infobahn*, The MIT Press. Cambridge (MA). London, England
- Mitchell, W.J. (2000), *e-topia*, The MIT Press. Cambridge (MA). London, England.
- Monardo B., *La città liquida. Nuove dimensioni di densità urbanistica*, Maggioli Editore, 2010
- Mosannenzadeh, Farnaz, and Daniele Vettorato. "*Defining smart city. A conceptual framework based on keyword analysis*." *Tema. Journal of Land Use, Mobility and Environment* (2014).
- Nam, T., & Pardo, T. (2011a). *Smart city as urban innovation: Focusing on management, policy, and context*. In 5th international conference on theory and practice of electronic governance, 26–28 September 2011, Tallinn, Estonia.

NEIROTTI, Paolo, et al. *Current trends in Smart City initiatives: Some stylised facts*. Cities, 2014, 38: 25-36.

Nuvolati G. *Mobilità quotidiana e complessità urbana*, Firenze, Firenze University Press, 2007

Park E. Robert, Ernest Burgess and Roderick McKenzie, *The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment*. Chicago: University of Chicago Press, 1925

Park R.E., Burgess, E.W., McKenzie, R.D., *La città*, Einaudi, Torino, 1938

Pasqui G. *Città, popolazioni, politiche*, Jaca Book, Milano, 2008

Petrillo. A., *La città perduta. L'eclissi della dimensione urbana nel mondo contemporaneo*, Edizioni Dedalo, Bari, 2000

Pezzini I, Cervelli P. (a cura di) *Scene del consumo, dallo shopping al museo*, Meltemi editore, Roma, 2006

Pezzini I. (a cura di), *Roma. Luoghi del consumo, consumo dei luoghi*. Ara Pacis, Auditorium, Esquilino e altro. Analisi semiotiche e sociolinguistiche, Nuova Cultura, Roma, 2009

Prunesti A. Lalli F. "Geolocalizzazione e Mobile Marketing. Fare business con le App e i social game", Franco Angeli, Milano, 2011

Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, 2000

Putnam R., *La tradizione civica nelle Regioni italiane*, A. Mondadori, Milano, 1993

Rainie, Harrison, and Barry Wellman. *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: Mit Press, 2012.

Ratti, C., & Townsend, A. 2011. *Harnessing residents' electronic devices will yield truly smart cities* [Online].

Ratti, Carlo. *Smart city, smart citizen*. EGEA spa, 2013.

Rheingold H., *Smart Mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2003

Rossi P., *Modelli di città*, Einaudi, Torino, 2005

Sadowski, Jathan, and Frank A. Pasquale. "The spectrum of control: A social theory of the smart city." *First Monday* 20.7 (2015).

Sanseverino, Eleonora Riva, Raffaella Riva Sanseverino, and Valentina Vaccaro. *Atlante delle smart city. Comunità intelligenti europee ed asiatiche: Comunità intelligenti europee ed asiatiche*. Vol. 170. FrancoAngeli, 2015.

Sassen S., *The Global City: New York, London, Tokyo* (Princeton University Press, Princeton, 1991), tradotto in Italia con il titolo *Città globali*, Utet, Torino, 1997

Sassen, S. (2009), *Cities today: a new frontier for major developments*, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 626, 1, 53-71.

Schor, Juliet B., and Connor J. Fitzmaurice. Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy." *Handbook of research on sustainable consumption* (2015): 410.

Shapiro M. Jesse. "Smart City. Quality of life, productivity, and the growth effects of human capital.", *Review of Economics and Statistics*, 88 (2006): 324-335

Shepard, M.; Simeti, A. *What's so smart about the smart citizen*. Smart Citizens, 2013

Simmel G. *Filosofia del denaro*, 1900

Simmel G., *La metropoli e la vita dello spirito*, 1903

Söderström, Ola, Till Paasche, and Francisco Klauser. "Smart cities as corporate storytelling." *City* 18.3 (2014): 307-320.

Staffans, Aija, and Liisa Horelli. "Expanded urban planning as a vehicle for understanding and shaping smart, liveable cities." *The Journal of Community Informatics* 10.3 (2014).

Staffans, Aija, and Liisa Horelli. "Expanded urban planning as a vehicle for understanding and shaping smart, liveable cities." *The Journal of Community Informatics* 10.3 (2014).

The European House - Ambrosetti per ABB *Smart Cities in Italia: un'opportunità nello spirito del Rinascimento per una nuova qualità della vita (Presentata alla 38° edizione del Forum di Villa d'Este, 8 settembre 2012)*

Townsend, A.M. (2013), *Smart cities: big data, civic hackers, and the quest for a new utopia*, W. W. Norton & Company, Inc. New York.

Trobia, Alberto. *La ricerca sociale quali-quantitativa*. Vol. 513. FrancoAngeli, 2005.

Vanolo, Alberto. "Smartmentality: The smart city as disciplinary strategy." *Urban Studies* (2013): 0042098013494427.

Weber M., *La città*, Bompiani, Milano, 1950

Wellman, Barry (2002): *Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism*. In: Tanabe, Makoto, Besselaar, Peter Van den, Ishida, Toru (eds.) *Digital Cities II - Second Kyoto Workshop on Digital Cities October 18-20, 2002, Kyoto, Japan*. pp. 10-25.

Wellman, Barry (2005): *Community: from neighborhood to network*. In *Communications of the ACM*, 48 (10) pp. 53-55. <http://doi.acm.org/10.1145/1089107.1089137>

Wiiig, Alan. "IBM's smart city as techno-utopian policy mobility." *City* 19.2-3 (2015): 258-273.

Wirth, L., "*L'urbanesimo come modo di vita*", Armando, Roma, 1938

Wyly, Elvin. "The city of cognitive-cultural capitalism." *City* 17.3 (2013): 387-394.