



Fondazione  
Giangiacomo  
Feltrinelli

# **Cristina Pasqualini** **Vicini e connessi**

**Rapporto**  
**sulle Social Street a Milano**

Con contributi dei ricercatori  
dell'Osservatorio sulle Social Street

**Prefazione di**  
**Marc Augé**

**Utopie / 61**  
**Città e cittadinanza**

# UTOPIE

# Vicini e connessi

## Rapporto sulle Social Street a Milano

di

Cristina Pasqualini

Con contributi dei ricercatori dell'Osservatorio sulle Social Street

Prefazione di Marc Augé



Fondazione  
Giangiacomo  
Feltrinelli

© 2018 **Fondazione Giangiacomo Feltrinelli**

Viale Pasubio 5, 20154 Milano (MI)

[www.fondazionefeltrinelli.it](http://www.fondazionefeltrinelli.it)

ISBN 978-88-6835-286-8

Prima edizione digitale febbraio 2018

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo volume può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo elettronico, meccanico, in disco o in altro modo, compresi cinema, radio, televisione, senza autorizzazione scritta dalla Fondazione. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.

Segui le attività di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli:



[facebook.com/fondazionefeltrinelli](https://facebook.com/fondazionefeltrinelli)



[twitter.com/Fondfeltrinelli](https://twitter.com/Fondfeltrinelli)



[instagram.com/fondazionefeltrinelli](https://instagram.com/fondazionefeltrinelli)

## IL TESTO

Se è vero che le persone hanno bisogno di luoghi, le social street sono una risposta nuova e innovativa che va esattamente in questa direzione: “addomesticare i luoghi, renderli familiari”. Una social street nasce dal desiderio dei residenti in una strada spenta e a-sociale di ricercare e creare nel territorio – in forma non individuale ma partecipata e collettiva – punti di incontro, ossia luoghi, dove incontrarsi, conoscersi, fare cose assieme, aiutarsi.

Marc Augé

# Indice

<b>Prefazione - Il bisogno di luoghi</b> di Marc Augé	9
<b>Introduzione</b> di Cristina Pasqualini	14
<b>PRIMA PARTE – LE SOCIAL STREET: DEFINIZIONI IN CORSO</b>	25
<b>Capitolo 1. La sfida di ri-connettere i vicini di casa oggi: dalle piattaforme collaborative a Facebook</b> di Cristina Pasqualini	26
<b>Capitolo 2. Le social street: una risposta innovativa per connettere i vicini di casa</b> di Cristina Pasqualini	45
<b>Approfondimento n.1: Le basi/le origini: i “fondatori fondazziani” e il movimento social street</b> di Niccolò Morelli	65
<b>Approfondimento n. 2: Le Social Street in tre parole</b> di Claudia Tagliabue	75
<b>PARTE SECONDA – LA SFIDA SOCIAL(E) RACCOLTA DALLA CITTÀ DI MILANO</b>	87
<b>Capitolo 3. Milano, capitale delle strade sociali 2.0: diamo i numeri!</b> di Cristina Pasqualini	88
<b>Capitolo 4. L’album delle social street di Milano e provincia</b> di Cristina Pasqualini	111
<b>Capitolo 5. Profili di streeters, interpellati sui social network</b> di Cristina Pasqualini e Angelica Maineri	268
<b>Approfondimento n. 3: Di cosa parlano i vicini di casa nei gruppi Facebook?</b> a cura dei ricercatori dell’Osservatorio sulle Social Street	284

<b>PARTE TERZA – MILANO, “CITTÀ PARTECIPATA”</b>	300
<b>Capitolo 6. Abitare è partecipare: dalle Reti civiche alle Social street</b> di Fabio Introini	301
<b>Capitolo 7. Passato/Presente/Futuro nelle/delle social street. Suggerimenti partecipati</b> di Cristina Pasqualini	315
Approfondimento n. 4: <b>Effervescenze collettive urbane e istituzioni</b> di Cristina Pasqualini	327
Approfondimento n. 5: <b>Vicini di casa attivi e solidali disegnano il welfare responsabile</b> di Nicoletta Pavesi	339
<b>Conclusioni in social-pillole</b> di Cristina Pasqualini	301
<b>Nota metodologica</b> di Cristina Pasqualini e Angelica Maineri	358
<b>Bibliografia e sitografia</b>	369
<b>Gli Autori</b>	380

# Vicini e connessi

Rapporto sulle Social Street a Milano

## **Prefazione**

### *Il bisogno di luoghi*

di Marc Augé

Le nuove tecnologie della comunicazione hanno fatto il loro accesso nel XX secolo e si sono diffuse sino ai nostri giorni, in maniera apparentemente irreversibile, sempre più totalizzante e capillare; sono entrate prepotentemente nelle nostre vite, ridisegnando le nostre abitudini, il modo in cui facciamo esperienza del mondo, in cui entriamo in relazione con le altre persone, vicine e lontane. Rispetto alle tecnologie della comunicazione, tra le persone permangono tuttavia delle differenze dovute ad esempio al digital divide e al gap generazionale tra i nativi digitali e gli over 70, che producono e riproducono disuguaglianze, legate al loro accesso e utilizzo. Nel nostro tempo prende piede un nuovo tipo di discriminazione tra quanti partecipano alla comunicazione elettronica e quanti ne sono più o meno esclusi. La novità è che la capacità di costruire relazioni, “amicizie”, è diventato il criterio discriminante. Obama e Lady Gaga hanno milioni di amici sui social network. Saremmo tentati di distinguere due forme di solitudine: quella tradizionale – a sua volta ambivalente perché può essere ricercata così come si cerca la calma e la possibilità di ritrovare se stessi, o temuta, quando viene imposta attraverso l’isolamento – e le nuove solitudini legate alla pratica sistematica e illusoria di quelle che chiamiamo *reti sociali*, che può portare all’alienazione e alla nevrosi [Augé 2017].

La nozione di rete sociale riassume le contraddizioni della situazione attuale. L'uomo è un animale simbolico e ha bisogno di relazioni inscritte nello spazio e nel tempo: ha cioè bisogno di "luoghi" in cui la sua identità individuale possa costruirsi a contatto e a confronto con gli altri. Il fascino esercitato dai mezzi di comunicazione elettronici ne è la prova, ma il loro ideale di ubiquità e istantaneità è contrario all'apprendimento della relazione tra individui, che ha bisogno invece di tempo e spazio.

Davanti a ciò che è percepito come una spersonalizzazione delle relazioni sociali e alla comparsa di nuove forme di isolamento e solitudine, le relazioni umane sono spettacolari. In un certo senso passiamo il nostro tempo a cercare di fare dei luoghi. La grande città ci fornisce quotidianamente punti di riferimento temporali, sia quelli della grande storia, che commemoriamo a intervalli regolari, sia quelli della nostra storia personale: una geografia intima si mescola così alla struttura collettiva della città. Le due cose si ricongiungono in alcuni luoghi, per esempio nelle piazze pubbliche, che in Italia sono da sempre luogo di incontri e di scambio di opinioni. Creiamo quotidianamente abbozzi di luoghi, seppur effimeri o superficiali: al caffè dell'angolo, dal panettiere, nei negozietti del quartiere. I ragazzi si incontrano nei grandi spazi dei centri commerciali. In tal modo è impossibile stabilire liste assolute di luoghi e di non luoghi nel senso empirico del termine: tutto può diventare un luogo. È senza dubbio questa la ragione per cui alcuni, quali che siano le loro motivazioni, tentano di creare dei nuovi luoghi, in una modalità ludica ed effimera (i villaggi vacanza) o in maniera più stabile (alcuni pensionati francesi vanno a stabilirsi vicino al mare in Marocco o in Portogallo). Mirano a creare dei nuovi legami, delle nuove forme di relazione in un ambiente propizio. Questi modelli di utopie realizzate sono le eterotopie di cui parlava Foucault.

Nonostante le illusioni diffuse dalle tecnologie della comunicazione (dalla televisione a internet), noi viviamo là dove viviamo. L'ubiquità e l'istantaneità restano delle metafore. L'importante con i mezzi di comunicazione è di prenderli per quello che sono: dei mezzi capaci di facilitare la vita, ma non di sostituirsi ad essa. Da questo punto di vista, la missione da compiere è immensa. Si tratta di evitare che la sovrabbondanza delle immagini e dei messaggi dia luogo a nuove forme di isolamento. Per frenare tale deriva, ormai evidente, le soluzioni saranno necessariamente spaziali, locali, insomma politiche, nel senso più ampio del termine. Come conciliare nello spazio urbano il senso del luogo e la libertà del non luogo? È possibile ripensare l'insieme della città e il dettaglio dei suoi alloggi? Una città non è un arcipelago. L'illusione creata da Le Corbusier di una vita incentrata sulla casa e sull'unità di abitazione collettiva ha prodotto le "stecche" delle nostre periferie, rapidamente disertate dai negozi e dai servizi che avrebbero dovuto renderle vivibili. In esse è stata trascurata la necessità della relazione sociale e del contatto con l'esterno. Che cosa, nelle città reali, evoca in parte ciò che si potrebbe considerare come la città ideale? Il primo esempio riguarda le piccole città del Nord Italia, come Parma e Modena, ma anche Bologna.

Al centro di queste città la vita è intensa, la piazza pubblica resta un luogo di incontro, si circola in bicicletta, ed è naturale ritrovarsi in mezzo ai grandi luoghi storici. Un altro esempio riguarda la vita di quartiere, ad esempio in un arrondissement parigino e non solo. La vita di quartiere è quella che si può osservare per la strada, nei negozi, nei caffè [Augé 2015]. A Parigi, in cui da molti anni la città risulta sempre più difficile, è su scala ridottissima che si percepiscono quei fragili legami che resistono al disincanto: le conversazioni al banco del bistrò, gli scherzi scambiati tra una persona anziana e una

giovane cassiera al supermercato, le chiacchiere dal droghiere tunisino sono tutte forme modeste di resistenza all'isolamento che sembrerebbero provare che l'esclusione, la chiusura in se stessi e il rifiuto dell'immaginazione non sono una fatalità [Augé 2014].

La città ideale guarda al locale, perché è nel locale che le relazioni sociali sono reali/concrete/tangibili nella loro bellezza, diversità e complessità, senza tuttavia dover necessariamente rinunciare alla libertà a cui siamo abituati quando attraversiamo i non-luoghi o chattiamo e navighiamo in Rete.

Se è vero che le persone hanno bisogno di luoghi, le social street sono una risposta nuova e innovativa che va esattamente in questa direzione: “addomesticare i luoghi, renderli familiari”. Una social street nasce dal desiderio dei residenti in una strada spenta e a-sociale di ricercare e creare nel territorio – in forma non individuale ma partecipata e collettiva – punti di incontro, ossia luoghi, dove incontrarsi, conoscersi, fare cose assieme, aiutarsi. Le social street sono nuovi-luoghi [Augé-Pasqualini 2016]: in origine sono strade fisiche anonime, abitate da sconosciuti, in cui le persone iniziano a conoscersi e frequentarsi e progressivamente assieme trasformano il territorio/il vicinato in un nuovo-luogo, in un luogo sociale, ricco di relazioni personali. Per raggiungere questo obiettivo, le social street si sono dotate di gruppi su Facebook, il social network più utilizzato al mondo, che svolge la funzione di connettore e facilitatore. A differenza delle comunità online in cui le relazioni tra gli individui sono sempre in potenza, nei gruppi Facebook delle social street le relazioni sono sia promesse di relazioni che, per alcuni, anche relazioni calde e familiari. Perché far parte di una social street vuol dire incontrarsi online ma possibilmente anche offline, sia nel

social network che in strada. Le social street sono strade comuni, che a partire da Facebook, senza risolversi in esso, tornano ad essere vissute intensamente da chi ci abita, recuperando una sorta di dimensione comunitaria che fa sentire le persone a casa, parte di/appartenenti a/meno sole.

Esperienze come le social street possono forse apparire troppo complesse, impegnative, utopistiche, per pochi, per giovani. In realtà è un dato di fatto che le social street esistono, funzionano e sono uno strumento per molti. Il lavoro di ricerca realizzato dall'Osservatorio sulle Social Street offre una lettura approfondita e rigorosa di questo fenomeno e mostra da un lato il bisogno forte e radicato antropologicamente nelle persone di luoghi e di viverli e, dall'altro, un nuovo modo di farlo, attraverso la Rete.

Cristina Pasqualini ha intuito ben presto che il fenomeno delle "social street" fosse importante e foriero di speranze per il futuro. Il mondo si urbanizza e i termini "globalizzazione" e "urbanizzazione" sono molto vicini all'essere sinonimi. In questo contesto, tutti gli sforzi per lottare contro le forme di solitudine e di anonimato che si manifestano in città sono i benvenuti.

Gli abitanti delle "social street", dal momento che hanno stabilito relazioni sociali facendo ricorso agli strumenti della comunicazione, utilizzano questi ultimi come mezzi, in modo legittimo ed efficace, e preservano la dimensione simbolica dello scambio. Avendo colto prima del tempo questo aspetto, Cristina Pasqualini ha sviluppato una ricerca pionieristica su ciò che, un domani, potrebbe essere considerato come una rivoluzione pacifica, ma radicale, della società.

# Introduzione

## di Cristina Pasqualini

Se guardiamo soltanto agli avvenimenti degli ultimi quindici anni, ne avremmo abbastanza per dire che la sensazione è quella di vivere su una zattera mondiale malconcia che sta andando neppure troppo lentamente alla deriva, in cui le persone che ci sono sopra, dopo un periodo troppo lungo e stremante di navigazione in mare aperto e tempestoso, hanno definitivamente perso i punti di riferimento, ma soprattutto la speranza di poter tornare sulla terraferma, nelle loro città, nelle loro case, nelle loro famiglie, alla loro normalità, a vivere e progettare il loro futuro. In effetti, le persone vivono vite sfinenti e sfibrate nel loro quotidiano, tutti i giorni corpo a corpo con le preoccupazioni che le schiacciano sul presente, troppo spesso convinte che i problemi che si trovano a vivere siano i loro, quando in realtà, come ci ha insegnato Zygmunt Bauman [1999], sono della collettività, tanto che, direbbe Edgar Morin [1994], il più grande sbaglio che possiamo fare è cercare risposte individuali a problemi globali. Comprendere questo è il primo passo per una inversione di rotta, per un auspicabile rientro collettivo e non soltanto personale alla terraferma.

Non c'è rischio peggiore che cadere nella spirale negativa della disperazione, del pessimismo e del disimpegno, vorrebbe dire arrendersi allo stato di cose, al presente, e rinunciare a dargli quella forma e contenuti che ancora in tanti crediamo e riteniamo importanti per il nostro futuro. Se da un lato credo con

Marc Augè [2017] che un altro mondo è possibile, dall'altro sono altresì convinta che occorra, come ci ha insegnato Stéphane Hessel [2011, 2013], indignarsi e non arrendersi:

Il mondo, il mondo che conosciamo, è in pericolo di morte. Può perire per l'ingiustizia sociale ed economica, o anche per l'ingiustizia ecologica. O per entrambe insieme. Non possiamo permetterlo. Dobbiamo aprire un nuovo cammino. Abbiamo bisogno di una visione costruttiva che sia capace di edificare un nuovo futuro. Per fare questo abbiamo bisogno di ambizione. L'ambizione che nasce dalla fiducia in noi stessi e dal coraggio. Non bisogna cadere nell'ottimismo di chi pensa che le cose si aggiusteranno da sole, né nel pessimismo di chi crede che non ci sia nulla da fare. Dobbiamo essere ambiziosi [Hessel 2013, pp. 47-48].

Resistiamo e indigniamoci, questo è il messaggio che ci lascia Hessel, membro storico della Resistenza e co-redattore della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo delle Nazioni Unite. Un impegno, una presenza, un manifestare per i diritti che non può che essere pacifista, perché: “il futuro appartiene alla non-violenza, alla conciliazione delle diverse culture. Dobbiamo renderci conto che la violenza volta le spalle alla speranza. Le dobbiamo preferire la fiducia, la fiducia della non-violenza. È questa la strada che dobbiamo imparare a percorrere. [...] Perciò non dobbiamo lasciare che si accumulino troppo odio” [Hessel 2011, pp. 25-26].

Ci mettiamo allora anche noi in cammino, “il cammino della speranza”, direbbero Hessel e Morin [2012], ispirati da una “politica del vivere bene”, che non coincide e non si risolve con il benessere economico, ma contempla “la realizzazione personale, le relazioni amorose, l'amicizia e il senso della comunità. [...] Il viver bene presuppone la realizzazione individuale all'interno di una rete di relazioni. [...] Per garantire il benessere bisognerà tornare alla solidarietà [Hessel - Morin 2012, pp. 22-25].

Questo libro si muove esattamente all'interno di questo solco, ben tracciato anche teoricamente da questi grandi maestri del nostro tempo,

ovvero prova a dare voce alla speranza e all'impegno di cittadini che non più singolarmente ma in gruppi danno origine a un fenomeno collettivo di soggetti che si indignano e non si arrendono a un vivere fatto di asocialità, di legami sociali fragili e indifferenza. Quando nel 2014 mi sono avvicinata alle social street, all'epoca ancora un fenomeno allo stato nascente, ho provato una forte affinità, empatia e al contempo un forte desiderio di investirci in conoscenza. Ecco allora come nasce la ricerca *Vicini e connessi. Alla scoperta del vivere social<sup>1</sup>*, in primis dal disagio di chi scrive a non arrendersi all'indifferenza, a partire dal proprio vicinato. Un disagio condiviso anche con altri, che ha portato di lì a breve a dare avvio a questa avventura, a creare un team di ricercatori e a dare vita assieme a loro all'Osservatorio sulle Social street, che ho il piacere di coordinare. Questi quattro anni sono stati spesi più nelle strade che sulle sudate carte, perché non potevamo fare altro che scendere in campo, entrare a diretto contatto con queste realtà, condividere con loro momenti e attività di gruppo, ascoltare le loro testimonianze. Il depositato di tutto questo percorso stimolante, condiviso, lungo e, a tratti faticoso, è questo volume. Fin da subito abbiamo riscontrato un grande interesse, l'incoraggiamento a proseguire per questa strada. Sono state tante le occasioni di confronto, alcune più entusiaste, altre più complicate da cui sono uscita in fragilità nelle mie convinzioni, ma mai arresa a proseguire nel cammino intrapreso. Perché a questo punto la strada percorsa non era poca ed era bello starci dentro, per capire dove tutto ciò conduce, dove mi avrebbe portata.

Milano e le social street sono i protagonisti di questo libro. Da alcuni anni è in atto in questa città e sta prendendo forma e consistenza un processo innovativo e inclusivo di rinnovamento delle energie urbane, delle idee e delle pratiche, che chiamano in causa valori come la solidarietà, la gratuità,

la collaborazione e la condivisione. Da parte loro le social street sono nuovi attori del cambiamento, ridisegnano le relazioni sociali, ci fanno capire che un altro mondo è possibile. Il tema della prossimità, del vicinato e di come valorizzarlo e potenziarlo sta diventando centrale anche nel dibattito pubblico, anche nell'agenda degli Amministratori locali e della Chiesa di Milano. Lo stesso arcivescovo Mario Delpini ha sorpreso tutti favorevolmente intitolando il suo primo discorso alla città di Milano – pronunciato nella Basilica di Sant’Ambrogio il 6 dicembre 2017 – *Per un’arte del buon vicinato*, in cui avanza una proposta di un’alleanza per costruire il buon vicinato, alleanza raccolta dallo stesso sindaco Giuseppe Sala, presente alla cerimonia. Afferma Delpini:

L’elogio formulato con rispetto e discrezione esprime anche l’intenzione, che voglio formulare a nome della comunità cristiana e della Chiesa ambrosiana, di proporre un’alleanza, di convocare tutti per mettere mano all’impresa di edificare in tutta la nostra terra quel buon vicinato che rassicura, che rasserena, che rende desiderabile la convivenza dei molti e dei diversi, per cultura, ceti sociale e religione. [...] L’alleanza di tutti coloro che apprezzano la grazia di vivere nello stesso territorio è una convocazione generale che non prepara un evento, ma che impara e pratica un’arte quotidiana, uno stile abituale, una intraprendenza semplice. L’alleanza è stipulata non con un documento formale, ma con la coltivazione di una buona intenzione [...]. L’alleanza intende rendere per quanto possibile superata la desolazione registrata dalla parola del poeta, *‘Milano è un enorme conglomerato di eremiti’* (E. Montale) [Delpini 2017].

L’alleanza va intesa come impresa comune tra cittadini e istituzioni, fedeli e pastori della comunità cristiana e delle altre religioni, tutti impegnati, insieme, a coltivare un’arte del buon vicinato<sup>2</sup>. Milano è una città che vuole essere innovativa e inclusiva e si muove compatta verso questo ambizioso obiettivo, nel rispetto dei ruoli e delle differenze. Ciascuno può trovare il suo spazio, dare il proprio contributo all’interno di questa alleanza.

Il volume presenta i risultati della ricerca *Vicini e connessi*, ossia prova a scattare una fotografia dei problemi che caratterizzano le relazioni di

prossimità nella nostra società e in particolare nella città di Milano. A problemi corrispondono risposte, proposte, progetti, di cui viene offerto un quadro generale. Tra tutte le pratiche rigeneratrici di socialità, quelle prese in esame in maniera capillare e con un approccio di studio sociologico rigoroso sono le social street.

L'Osservatorio sulle Social Street ha fatto in modo di valorizzare le competenze interne, affidando a ciascun ricercatore un tema, svolto in un approfondimento. La prima pietra la mette Marc Augé, che nella sua prefazione sottolinea l'importanza dei luoghi e del far tornare le strade ad essere luoghi di socialità e di incontro, anche con modi nuovi, servendosi della Rete e dei social network.

Il volume è articolato in tre parti, ciascuna delle quali è composta da capitoli e approfondimenti interconnessi tra loro:

La prima parte – *Le social street: definizioni in corso* – si apre con la fotografia della zattera e dei suoi passeggeri, con primi piani sull'asocialità diffusa nel nostro paese, sulla mancanza di fiducia reciproca, sulla qualità delle relazioni interpersonali, sulla solidità e resilienza della rete del capitale sociale. Su questa foto come sfondo, nell'ottica del “creare è resistere, resistere è creare” [Hessel 2011], si innestano le risposte collettive e innovative: esperienze “analogiche”, “digitali”, “analogico-digitali”. Le social street sono una risposta del terzo tipo, la risposta che a noi sembra più interessante, a cui dedichiamo questo libro. Accanto alla nostra definizione multi-dimensionale di social street, accostiamo quella che danno gli streeters, ricavata dalle loro stesse parole. E, prima ancora di descriverne dimensioni e impatto, ci poniamo in ascolto dei “padri fondatori”, per capire l'origine di questo fenomeno, quel primo avvio in via Fondazza nel

settembre 2013, a cui in tanti si sono poi ispirati attivandosi in prima persona sui propri territori.

La seconda parte – *La sfida social(e) raccolta dalla città di Milano* – definisce le dimensioni quantitative del fenomeno a livello nazionale e all'estero e punta dritto su Milano, la capitale, da sempre, delle social street. Ma non ci siamo limitati a dire quante sono e dove sono collocate nello spazio urbano – di per sé operazione complessa – ma abbiamo voluto anche raccogliere in una sorta di album le storie delle social street e dei loro fondatori-amministratori, accanto alle caratteristiche degli streeters, ossia di coloro che ne fanno parte, almeno di quelli che ne fanno parte sui gruppi Facebook, dove sono stati interpellati. Perché nelle social le persone possono incontrarsi sia online che offline. E quando si incontrano online, di che cosa parlano? A questo l'Osservatorio sulle social street ha dedicato uno specifico approfondimento.

La terza parte – *Milano, "città partecipata"* – racconta di una città di Milano in transizione, ma che tuttavia sembra avere una ben radicata vocazione alla partecipazione civica, a partire dalle storiche Reti civiche fino ad arrivare alle forme più informali delle social street. Tanti modi di attivarsi, dal basso, di sentire la città come la propria città, in cui i luoghi sono i luoghi di chi ci abita. Dopo l'exkursus storico-sociale sulle vecchie e nuove forme della cittadinanza attiva, peraltro tutte contrassegnate dalla Rete, si è provato a "misurare" l'impatto delle social street sulla città, ma soprattutto sulla "qualità della vita" dei vicini di casa che ne fanno parte. Di certo un impatto lo hanno avuto anche sulle istituzioni locali e verosimilmente sul sistema di welfare, vestendo i panni del welfare responsabile.

E, *dulcis in fundo*, serviamo delle conclusioni in pillole, delle *social-pillole*, perché è con una pillola al giorno che si genera il cambiamento.

\*\*\*\*\*

Questo lavoro di ricerca ha creato un gran bel movimento di idee, di persone, di contatti, di incontri, di scritti, una rete piccolo mondo, fatta di legami forti e deboli. Dove i secondi sono importanti quanto i primi. Provate a reciderli e scoprirete che non potete farne a meno e che soprattutto tutto diventa più difficile. Mai come in questo caso i ringraziamenti sono sentiti e sinceri. La mia gratitudine va a tutti coloro che mi hanno dedicato attenzione, anche un minuto, e a tutti coloro che mi hanno dedicato molto tempo, fiducia, pazienza e che soprattutto mi hanno detto “sì”. Sono in tanti:

I fondatori, amministratori e streeters delle social street di Milano e provincia, e, più in generale, le oltre 400 social con cui sono connessa h24, grazie a Facebook. Ho in mente tanti nomi, tanti volti, tante storie. Non cito nessuno, per citarli tutti.

La social street dei *Residenti in via Tartaglia - Monviso e dintorni* di Milano, che non potevo non aprire nella zona in cui abito. Sono i miei vicini di casa. Il Presidente del Municipio 8 – Simone Zambelli – per aver donato alla nostra social street un abete di Natale per i bambini del quartiere, un gesto semplice ma generativo di socialità.

I “padri fondatori” di Social Street International Federico Bastiani e Luigi Nardacchione.

Gli Assessori del Comune di Milano Pierfrancesco Majorino (Politiche sociali, Salute e Diritti) e Lorenzo Lipparini (Partecipazione, Cittadinanza

attiva e Open data), ai cui tavoli di lavoro partecipati ho preso parte, da ricercatrice, assieme alle social street di Milano.

L'Assessore del Comune di Milano Cristina Tajani (Politiche del lavoro, Attività produttive, Commercio e Risorse umane), che nel 2016, assieme a Fondazione Feltrinelli, ha promosso il Laboratorio sulla conoscenza metropolitana *Innovare per Includere*, dando voce e valorizzando la ricerca accademica milanese.

L'Associazione *Innovare per Includere*, di cui faccio parte: in particolare Alessandro Rosina, Emanuele Polizzi, Tommaso Vitale, Eleonora Voltolina, Annibale D'Elia, Ilaria Scauri e Francesco Samoré.

Marta Maineri di Collaboriamo.it (sharing economy), Liat Rogel di HousingLab (cohousing), Susy Iovieno di Food&Colours (accoglienza dei profughi nella città di Milano), Germana Costanza Lavagna di Refugees Welcome Italia (accoglienza 2.0), Luca Diodà di YoRoom (coworking), Roberto Chiapella fondatore della Biblioteca condominiale di via Rembrandt 12 (rigenerazione sociale), Mariella Bussolati di Orto diffuso (orti urbani e giardini condivisi), Lidia Manzo (gentrification), che ringrazio per essere intervenuti in questi anni nel mio corso di Sociologia dei fenomeni collettivi, persone rare e preziose per la città di Milano e per la sua rigenerazione urbana, culturale e sociale.

I miei numerosi studenti dei corsi di Laboratorio di ricerca sociale III e di Sociologia dei fenomeni collettivi alla Facoltà di Scienze Politiche e Sociali, che si lasciano affascinare dai miei temi di ricerca e mi ascoltano per ore e ore.

Vincenzo Cesareo, che nel 2006 mi scelse come sua ricercatrice in Università Cattolica, per avermi spronata a scommettere prima sui giovani e poi anche sulle social street, a partire proprio dalla sociologia.

I tanti colleghi del Dipartimento di Sociologia, in primis il direttore Giancarlo Rovati. I miei colleghi-amici di sempre, la mia seconda pelle: Rita Bichi e Marco Caselli. Gli studenti del dottorato in *Sociologia, culture e organizzazioni*, che ho incontrato nel seminario sulla *Sharing Economy*, organizzato nel 2017 dalla coordinatrice Emanuela Mora.

Il maestro Marc Augé per la *Prefazione* a questo libro. La nostra frequentazione ha radici lontane nel tempo e si è alimentata in questi anni, grazie anche alle sinergie interstiziali messe in campo da Gianni Gasparini e il collega Ugo Fabietti, scomparso prematuramente nel 2017. Ad Ugo va un pensiero speciale.

I colleghi e ricercatori dell'Osservatorio sulle Social Street, con cui ho condiviso tutto, gioie e dolori: Fabio Introini, Angelica Maineri, Niccolò Morelli, Nicoletta Pavesi, Claudia Tagliabue, Anita Verlatto, Giusy Labita, Martina Del Soldato, Elisa Dossena.

L'Università degli Studi di Bologna, in particolare il sociologo urbano Marco Castrignanò e il pedagogista Alessandro Tolomelli per il confronto interdisciplinare e la calda accoglienza nei luoghi in cui tutto questo è partito 4 anni fa.

L'Osservatorio Giovani dell'Istituto Giuseppe Toniolo, in particolare la coordinatrice Paola Bignardi e tutto lo staff di lavoro, che è oramai un pezzo importante della mia vita.

La Fondazione Ambrosianeum, in particolare Rosangela Lodigiani, e la Fondazione Migrantes, in particolare Delfina Licata e don Giancarlo Perego, per avermi fatto scrivere nel Rapporto sulla città di Milano 2016 e nel XXVI Rapporto Caritas immigrazione 2016 un approfondimento proprio sulle social street. Due vetrine autorevoli che hanno fatto viaggiare l'idea, raggiungendo persone e territori diversi e lontani.

I Festival a cui sono stata ospite: Il Festival della Comunità del Cambiamento (Davide Agazzi e Matteo Brambilla), Il Festival della crescita (Luisa Cozzi, Francesco Morace, Fabrizio Bellavista), Sharitaly (Ivana Pais e Marta Maineri) e i tanti incontri pubblici in tanti luoghi diversi in cui sono intervenuta (Csv di Padova con Massimo Santinello, al decanato di Zara di Milano con Giovanni Castiglioni, al Seminario Arcivescovile di Milano – Venegono inferiore con Don Enrico Castagna e Don Cristiano Passoni, al Circolo della Colonna con Ugo Poletti), segno che questo è un tema – la riscoperta dei legami di prossimità – che ci riguarda tutti.

I tanti giornalisti che in questi anni mi hanno più volte intervistata, fin da tempi non sospetti, con alcuni di loro in particolare abbiamo provato a lavorare sui contenuti e su un tipo di comunicazione attenta e rispettosa, in primo luogo delle persone coinvolte: Elisabetta Mirarchi, giornalista di Rai 1, che ringrazio per il bel documentario “Strade Comuni”, andato in onda nello Speciale Tg1 del 26 febbraio 2017<sup>3</sup>; Francesco Floris (Linkiesta), Luca De Vito, Oriana Lisio, Alessia Gallione (La Repubblica), Davide Ilarietti (Corriere della Sera), Luca Salvi (Il Giorno), Silvia Guzzetti (Avvenire), Giuseppe Salvaggiulo (La Stampa).

Massimiliano Tarantino, segretario generale della Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, con il quale sono diventata amica prima online, in Facebook, che offline. Del resto, è un chiaro segno dei tempi.

Mentre scrivo mi rendo conto di quanto tempo è passato, ma che non sono sola nel viaggio. Con me ci sono tutte le persone che ho menzionato, i miei legami forti e deboli, per dirla con il sociologo Mark Granovetter.

Ma soprattutto, c'è la mia famiglia, mio marito Fabio e le nostre figlie Maria Chiara e Arianna, compagni di viaggio insostituibili, sempre al mio fianco.

Milano, gennaio 2018.

<sup>1</sup> Questa ricerca – in ragione dell'impianto metodologico utilizzato, dei risultati conoscitivi ottenuti e dell'impatto che questi hanno generato sulla città di Milano e sulle politiche – è risultata tra i vincitori del Laboratorio sulla conoscenza metropolitana *Innovare per Includere*, promosso nel 2016 dal Comune di Milano e Fondazione Giangiacomo Feltrinelli [Pasqualini 2017a].

<sup>2</sup> Da parte sua l'arcivescovo Delpini come Chiesa Ambrosiana, da sempre impegnata con la sua presenza capillare sui territori, nel solco di questo impegno per il buon vicinato, ha avviato nel novembre 2017 il Sinodo minore – dedicato a *Chiesa dalle genti, responsabilità e prospettive. Linee diocesane per la pastorale* – per far in modo che la Chiesa sia sempre più accogliente e capace di unità, ma soprattutto capace di leggere e interpretare i bisogni del nostro tempo. Il Sinodo Minore, presentato alla Diocesi il 14 gennaio 2018, si concluderà il 3 novembre 2018. La Chiesa in questo periodo è anche impegnata con il Sinodo dei Giovani sul tema *I Giovani, la Fede e il Discernimento Vocazionale*, che si concluderà a ottobre 2018. La Diocesi di Milano, in particolare la Pastorale giovanile FOM nella figura di Don Massimo Pirovano, sta portando avanti un ampio e articolato percorso di consultazione dei giovani con la ricerca *#TiDicoLaMia*, commissionata e realizzata dall'Università Cattolica, nello specifico dai ricercatori Cristina Pasqualini e Fabio Introini: <http://www.chiesadimilano.it/pgfom/educatori/ti-dico-la-mia-il-metodo-delle-scienze-umane-16767.html>

<sup>3</sup> (<http://www.rai.it/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-96ec0611-828b-4aaf-ba3b-689b04c96ed1-tg1.html>)

## **PARTE PRIMA**

Le Social Street: definizioni in corso

# Capitolo 1

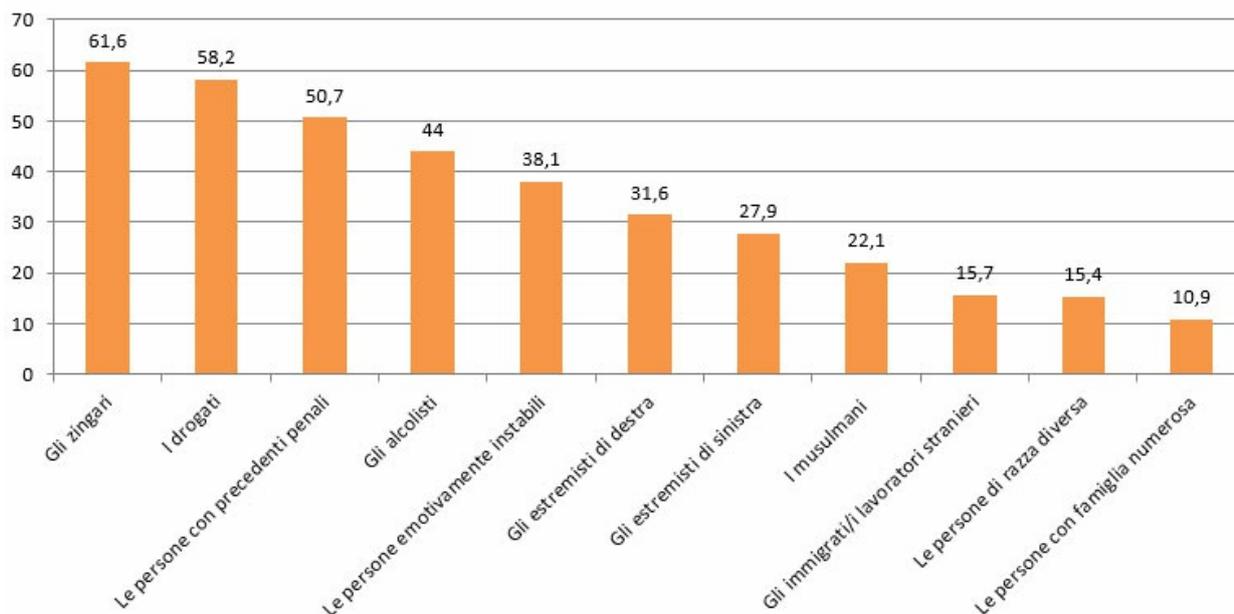
## La sfida di ri-connettere i vicini di casa oggi: dalle piattaforme collaborative a Facebook

di Cristina Pasqualini

### A-socialità di vicinato

A meno che non si decida di andare a vivere in un *cohousing*, o in una qualsiasi forma di abitare collaborativo, in cui si progetta a tavolino una abitazione condivisa assieme a persone che hanno interessi e stili di vita simili ai nostri, con cui poi (in linea teorica) si andrà a vivere, solitamente i vicini di casa non li scegliamo, ma ce li troviamo. E, in una città in movimento, i vicini di casa cambiano spesso, possono assumere i tratti più diversi, toccando livelli differenti di complessità umana e sociale [Agustoni 2003]. L'*European Values Study*, indagine europea sui valori, ci offre un quadro interessante di quelli che sono i desiderata degli italiani intervistati.

Fig. 1 - Persone che non si vorrebbero avere come vicini di casa (valori percentuali)



Fonte: European values study 2018.

Alla richiesta di indicare i tipi di persone che non si vorrebbero avere come vicini di casa, le persone hanno indicato al primo posto gli zingari (61,6%. A seguire i drogati (58,2%, le persone con precedenti penali (50,7%, gli alcolisti (44% e le persone emotivamente instabili (38,1%. Questi atteggiamenti sono verosimilmente legati alla paura e preoccupazione di salvaguardare la propria incolumità fisica, che potrebbe essere messa a rischio nel caso di vicini con queste caratteristiche. In seconda battuta, sono poco graditi vicini estremisti di sinistra (27,9%, così come vicini estremisti di destra (31,6%. Si registrano inoltre atteggiamenti parzialmente “ostili” nei confronti dei musulmani (22,1%, degli immigrati/dei lavoratori stranieri (15,7% e delle persone di razza diversa (15,4%. Infine, ci sono anche italiani che non vorrebbero come vicini di casa persone con famiglia numerosa (10,9%, ipotizziamo perché rumorose. A ben vedere, una specie in estinzione nel nostro Paese [Rovati, 2011], a guardare le statistiche demografiche.

Questi atteggiamenti non sono predittori di distanza sociale agita<sup>1</sup>, ma possono, in alcuni casi, orientare comportamenti, azioni di presa di distanza spaziale e relazionale dalle persone indicate. Tuttavia, un dato recentemente

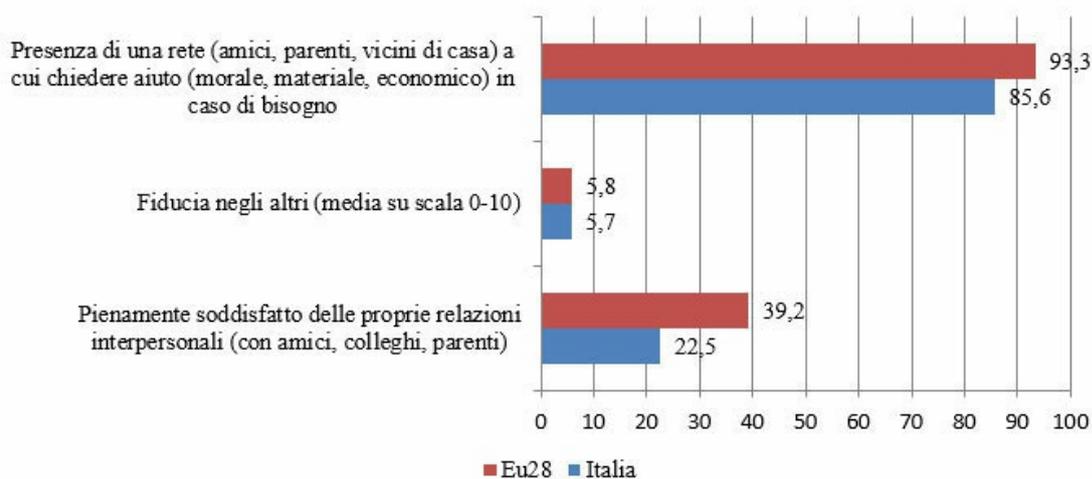
rilevato potrebbe indicare un cambiamento sociale in corso, in Italia. Le giovani generazioni (i 18-34enni) sembrerebbero più aperte e “tolleranti” rispetto ai più anziani (65 e più anni). Nati e cresciuti nella società multiculturale e multietnica, non hanno conosciuto un’altra società, per loro risulta maggiormente naturale relazionarsi, entrare in contatto, avere vicini di altre nazionalità e religioni [Bichi 2016, 2017]. Da un lato, se i più giovani mostrano una più spiccata apertura nei confronti dell’Altro, probabilmente potranno con più facilità ricreare la socialità di vicinato, rispetto ai loro genitori e nonni, i quali appaiono più “intolleranti”. Dall’altro, le generazioni meno giovani, che hanno vissuto le trasformazioni della società, che hanno visto sgretolarsi i legami sociali comunitari, imporsi progressivamente il modello dell’individualismo e della solitudine del cittadino globale, se oggi sentono il bisogno di una rinnovata voglia di comunità non possono pensare nostalgicamente a un passato non più riproponibile *tout court*, ma dovranno provare a ripensarsi nel sociale, entrare nelle maglie del nuovo tessuto sociale, che non è più a tinta unita, ma a tinte colorate, con molteplici sfumature. Al momento i meno giovani sono i più interessati alle condizioni di vita del proprio vicinato (ha risposto “moltissimo+molto” il 21,5% dei 18-34enni contro il 41,9% degli over 65enni): sono i meno mobili, pertanto i più presenti fisicamente sul territorio, i più affezionati al proprio quartiere, i più bisognosi di aiuto perché spesso soli e vulnerabili –, ma in maniera più preoccupata che propositiva.

In linea teorica, possiamo prendere le distanze dai vicini di casa perché hanno delle caratteristiche (etniche, culturali, politiche) che non ci piacciono. Tuttavia, molto spesso, alla base della distanza sociale agita/subita si ravvisa un problema di inconoscibilità reciproca, prima ancora che di diversità/chiusura/intolleranza motivata da qualsiasi ragione. Tutti coloro che non conosciamo – più o meno diversi da noi – sono percepiti e tenuti

più distanti, rispetto a quando si entra in qualche maniera in relazione. E forse considerati anche più negativamente del necessario, per via delle precomprensioni e pregiudizi che ci portiamo dietro culturalmente. Questo significa che nei confronti del vicinato non conosciuto, percepito e tenuto a distanza, è facile provare indifferenza, diffidenza e paura, così come è difficile provare fiducia e solidarietà. Questa è esattamente la situazione che stiamo vivendo nelle nostre città. Siamo vicini ma non connessi, non ci conosciamo e quindi restiamo diffidenti. Complessivamente la qualità delle relazioni di vicinato è scadente, tanto che, se abbiamo necessità di qualsiasi cosa, non possiamo farci troppo conto.

Da parte loro le indagini BES dell'Istat [2016] confermano un problema di fiducia nel nostro Paese, più elevato rispetto al resto dell'Europa, così come una bassa soddisfazione per le relazioni personali e una qualità della rete sociale attivabile in caso di necessità decisamente fragile, seppur presente.

Fig. 2 – Rete di aiuto, fiducia negli altri e soddisfazione relazioni interpersonali



Fonte: BES 2016.

In Italia il 22,5% delle persone di 16 anni e più si dichiara pienamente

soddisfatto delle proprie relazioni personali con amici, parenti e colleghi, quando la media europea è pari al 39,2%. Le migliori relazioni personali si registrano in Danimarca, Regno Unito, Austria e Irlanda, che raggiunge la percentuale del 60%. Alla Danimarca spetta il primato della fiducia negli altri (il valore medio su una scala 0-10 è 8,5) contro una media Ue28 del 5,8. Da parte sua l'Italia è appena sotto la media europea (5,7). Una generale insoddisfazione per le relazioni personali, assieme a una scarsa fiducia negli altri, si associano a una rete sociale dalle maglie larghe, e fragile, che sempre più difficilmente riesce a fungere da paracadute. L'85,6% degli italiani di 16 anni e più sostiene di avere parenti, amici o vicini di casa a cui chiedere aiuto (morale, materiale o economico) in caso di bisogno. Stante la media Ue28 pari al 93,3%, l'Italia è penultima (85,6%), avanti solo al Lussemburgo. I Paesi in cui le persone dispongono di maggiore capitale sociale sono ancora una volta quelli scandinavi (Danimarca, Finlandia, Svezia) con valori superiori alla media europea, prossimi al 100%.

### **“Abitare analogico” e “abitare digitale”**

Fermo restando che un problema di a-socialità c'è ed è particolarmente marcato nel nostro Paese, potremmo idealmente ragionare su dimensioni di scala differenti – la città, il quartiere, la strada e il condominio – e vedere come a ciascun livello sia possibile promuovere socialità. Come può un quartiere, una strada, un condominio diventare sociale? Cavalcando l'onda del rinnovamento culturale-sociale avviato dalla sharing economy [Mora - Pais 2015], assieme alle nuove potenzialità dischiuse dal digitale [Mainieri 2013], si è cominciato a ragionare anche in Italia su come far collaborare persone che non si conoscono, più o meno vicine spazialmente, su come condividere beni e servizi, su come mettersi a disposizione degli altri più o

meno gratuitamente [Pais - Mazzucotelli Salice 2017; Collaboriamo.org - TRAILab 2016]<sup>2</sup>. Tra tutte le esperienze, diverse vengono attivate proprio da e tra vicini di casa, a testimonianza che la collaborazione, così come la condivisione, avviene in primis tra persone nei luoghi fisici e può essere sicuramente facilitata dalle piattaforme. Ma è sempre più difficile che la socialità di vicinato e lo spirito comunitario si generino spontaneamente; pertanto vanno ricreati, con qualche intervento dal basso e/o dall'alto, che va in qualche maniera progettato e realizzato. A ben vedere nell'Italia del Novecento esistevano non solo le comunità, intese come villaggi di persone che si conoscono, hanno una coscienza collettiva e una spiccata solidarietà, ma gli stessi nuclei familiari – basti pensare alle corti e cascine lombarde – avevano una forma allargata: famiglie diverse sotto lo stesso tetto, con spazi condivisi. Tutto questo si è progressivamente perso nel corso della modernità, a partire dal boom economico, che ha favorito crescenti processi di urbanizzazione, abbandono delle campagne e dei piccoli centri, a favore di un crescente individualismo e una riduzione della socialità di prossimità. Ma qualcosa sta cambiando. Nell'ultimo decennio sono nate interessanti sperimentazioni urbane, alcune delle quali hanno a che fare con l'*abitare analogico*, altre con l'*abitare digitale*, altre ancora con l'*abitare analogico-digitale*; alcune ragionano sulla città, altre sul quartiere/sulla strada e altre ancora sul condominio. In molte sono presenti esperienze di sharing economy, in alcune cenni di economia del dono.

A) Tra le nuove forme di *abitare analogico*, promosse “dall'alto”, che ricalcano una progettualità, un pensiero orientato al cambiamento, possiamo citare ad esempio:

- 1) Il movimento inaugurato dall'ambientalista ed esperto di

permacultura Rob Hopkins [2013] tra il 2005 e il 2006 in Irlanda a Kinsale e in Inghilterra nella città di Totnes prende il nome di *Transition Town*, in cui i cittadini di piccoli centri urbani e città decidono di prendere la strada della transizione, provando a tornare ad essere comunità sostenibili e resilienti, dotandosi di stili collaborativi e, in alcuni casi, di una moneta complementare, favorendo inoltre il baratto. Ad oggi le esperienze di *Transition town* sono oltre un centinaio, di cui diverse anche in Italia. Il caso più noto è Montevoglio (BO), la prima iniziativa locale di transizione in Italia<sup>3</sup>.

2) Altro caso interessante sono gli *eco-villaggi*, riuniti nella Rete Italiana Villaggi Ecologici (RIVE)<sup>4</sup>, in cui un gruppo di persone decide di rianimare piccoli centri, piccoli borghi, dotandosi di stili di vita sostenibili. Un esempio noto è l'eco-villaggio Torri Superiore a Ventimiglia, in cui è possibile recarsi per imparare un altro modo di vivere oggi<sup>5</sup>. In generale, si tratta di pratiche locali di nicchia, in cui la condivisione e collaborazione tra vicini avviene nel senso tradizionale del termine, ovvero su luoghi, tra persone in compresenza spazio-temporale [Guidotti 2013].

3) Il fenomeno dell'*abitare collaborativo* e sostenibile è figlio del nostro tempo, una risposta all'individualismo e al bisogno di ricreare comunità, a partire dal proprio vicinato, in cui il design è funzionale all'innovazione sociale [Bronzini 2014, Guidotti 2013]. Al momento "abitare collaborativo" può includere diverse tipologie di progetto: dal cohousing alla cooperativa di abitanti, dal condominio solidale all'eco-villaggio, ecc. Nel 2017, Liat Rogel, ricercatrice di HousingLab, ha avviato la prima mappatura dell'abitare collaborativo in Italia, in cui i

progetti dovevano garantire almeno tre caratteristiche: l'esistenza di spazi comunitari interni e esterni (sala comune, area giochi, orto, ecc.), la presenza di servizi gestiti dagli abitanti (lavanderia condominiale, GAS, banca del tempo, ecc.), l'adozione di un processo di progettazione partecipata (HousingLab 2017)<sup>6</sup>. Nel nostro Paese le città più interessate sono Milano (13 in città e 6 nell'hinterland) e Torino (5 in città e 1 in provincia). Tra i progetti milanesi più interessanti: l'Urban Village Bovisa, CoVentidue, CosyCoh e Cohousing Chiaravalle. Sono stati mappati progetti anche in Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, fino ad arrivare alla Toscana, la punta più a Sud, per il momento. Complessivamente, dei 40 progetti mappati, 21 sono cohousing, 2 condomini solidali, 2 condomini collaborativi, 1 eco-villaggio, ecc. Il cohousing, che al momento è la forma di abitare collaborativo più diffusa, nasce da un processo di co-progettazione, in cui sono coinvolti i futuri abitanti del condominio e architetti professionisti. La realizzazione del progetto avviene per step: individuazione dei bisogni/desiderata, disponibilità economiche effettive dei partecipanti, disponibilità di aree edificabili. Il condominio che si va a realizzare presenta tutte le caratteristiche di un normale condominio, a cui si aggiungono spazi in condivisione (lavanderia, orti urbani, sala per riunioni e feste, piscina, ecc.) e successivamente servizi (Wi-Fi, baby sitter, portineria, bike e car sharing, gruppi GAS, ecc.). Questi progetti hanno dei costi elevati, non accessibili a tutti; si ispirano in primis alla sharing economy e alla sostenibilità. Non possiamo tuttavia escludere che queste comunità con il tempo possano affiancare all'economia della condivisione, che è il loro punto di partenza, anche l'economia del dono.

4) Un altro modo di abitare collaborativo affonda le sue radici più lontano nel tempo, in forme religiose, di tipo cristiano, talune orientali: sono le *comunità famiglia-religiose* [Sapio, 2010]. Come nel cohousing, famiglie decidono di andare a vivere assieme ad altre famiglie, in una struttura in cui possono preservare una loro indipendenza abitativa e al contempo mettersi a disposizione degli altri, condividere momenti comuni di festa e attività lavorative, come la cura dell'orto, che è di tutti, i cui prodotti possono essere goduti da tutta la comunità, gratuitamente. La differenza rispetto al cohousing di nuova generazione è l'impronta religiosa di queste comunità, che è visibile concretamente, poiché all'interno di questi spazi vivono anche i religiosi, che condividono con le famiglie alcuni momenti e alcune attività. Un esempio a Milano è la Comunità di Villapizzone, nel Municipio 8. Nata nel 1978, questa comunità – composta da sei famiglie e una comunità di Padri Gesuiti – cerca di vivere in maniera solidale, aperta e accogliente. Come si trova scritto all'ingresso, chi vive nella Comunità ricerca uno stile di vita sobrio, essenziale nei consumi, ma anche nelle idee, non insegue l'accumulo e lo sperpero dei beni, ma cerca di investire sulle relazioni con le persone.

5) Un altro caso interessante è l'*abitare collaborativo a tempo-determinato*. Proprio perché l'abitare è cambiato, non è più solo in un luogo, per sempre nella stessa abitazione, sono nate interessanti esperienze rispetto all'abitare a tempo determinato, per tutti coloro che sono di passaggio per motivi di lavoro, per gli studenti fuori sede, per gli studenti Erasmus, ad esempio. A tal proposito si segnala *Experience*, una nuova start up (<http://www.experienceroom.it>) avviata nel 2015, un progetto nato dall'idea di quattro ragazzi di Bari e sviluppata nel corso

della Scuola di Bollenti Spiriti. Grazie a questo progetto, a Bari adesso si può abitare anche in appartamenti ispirati all'eco-sostenibilità, in cui i coinquilini collaborano alla gestione della casa, apportando migliorie, idee, oltre a condividere spazi, momenti, esperienze. Questo modo di abitare consente di socializzare e al contempo di prendersi cura della casa, potendo usufruire, eventualmente, di canoni di affitto a prezzi calmierati.

**B) Forme di *abitare digitale*.** In questo clima culturale, dove la Rete diventa progressivamente il luogo in cui si collabora e si scambiano/condividono/vendono/comprano servizi/beni/tempo, nasce l'idea di connettere i vicini di casa virtualmente. Piattaforme e App vengono progettate affinché i vicini di casa siano connessi in Rete prima ancora che eventualmente offline. Ne esistono diverse, più o meno attive:

1) Nel 2010 nasce *StreetBank* (<https://www.streetbank.com>), un portale nato dall'idea di Sam Stephens, un trentenne londinese, che ha avuto l'idea di mettere in connessione i vicini di casa mediante un sito dedicato. Come si legge sul portale: "Over the years, Streetbank has grown to be one of the biggest neighbourhood sharing websites in the world, rated by the Times as one of the 50 websites you can't live without". Gli obiettivi di Streetbank sono tre: "1) Give things away – find a grateful neighbour for stuff you no longer need; Share things – like ladders and drills, that go unused much of the time; 3) Share skills – like DIY, languages and gardening, that neighbours might need help with". Con oltre 10.000 iscritti, il sito Streetbank favorisce scambi, doni, favori tra vicini di casa, prestando particolare attenzione all'incontro real life.

2) *Nextdoor* (<https://nextdoor.com/>) è un noto social network privato per vicini di casa, made negli Stati Uniti, attivo da ottobre 2011, che attualmente connette più di 150.000 vicini. Come si legge su Wired (2012): “Su Nextdoor, in particolare, si punta a mettere in piedi un database di informazioni attendibili sulla propria zona, proprio perché user-generated. I margini di manovra sono piuttosto larghi: vuoi sapere chi frequenta certe strutture come scuole e palestre, ritrovare la tua bici rubata, cercare una brava colf o l’elettricista che non tiri fregature? Allora è il posto che fa per te. Ciascun utente deve verificare la propria appartenenza al quartiere – anche perché un altro dei must è quello di incrementare la rete di sicurezza locale – e il gioco è fatto: recensisci e segnali servizi, persone o tematiche che stanno a cuore (o semplicemente servono molto) alla comunità. Negli Stati Uniti lo stanno già utilizzando decine di cittadine più o meno grandi per un totale di 5.000 comunità.”

3) *StreetLife* (<https://streetlife.com/>), “is a local social network which provides a free and simple place for residents, community groups, local officials and businesses to discuss their local area, share practical advice, skills and resources”. Dopo 6 anni di attività StreetLife ha chiuso e i suoi utenti sono stati invitati a confluire nel social network Nextdoor.

4) *FirstLife* (<https://www.firstlife.org/>) è il social network civico, pubblico, gratuito e focalizzato sulla scala cittadina. Un progetto sviluppato nel 2013 dal gruppo di ricerca “Social Computing” del Dipartimento di Informatica dell’Università di Torino, guidato dal prof. Guido Boella, con l’obiettivo di “connettere reale e virtuale per

stimolare e facilitare il cambiamento sociale, i meccanismi di co-produzione, l'auto-organizzazione a scala locale e la definizione di nuove forme di cooperazione per il miglioramento della qualità di vita in città”.

5) *Vicini di casa* (<http://www.vicinidicasa.co/#/>), il social network di quartiere nato a Milano, da una start up, attivo da aprile 2013. Attivo principalmente a Milano, Roma, Napoli, Palermo e Firenze, connette tra loro circa 3.500 vicini di casa. Questo social ha la finalità di rendere il quartiere, la via, il condominio migliori grazie alla tecnologia; coinvolge anche i piccoli negozi e i produttori locali.

6) *Alle diciotto* (<http://www.allediciotto.com/>), l'App per vicini di casa messa a punto nel 2016. L'APPuntamento quotidiano, per i vicini di casa che alle ore 18 in punto, una volta al giorno, vogliono ricevere sullo smartphone aggiornamenti e notizie relative al proprio quartiere: eventi in zona, ma anche promozioni last minute dei commercianti. Questa app mette in contatto vicini di casa e commercianti della zona, con l'idea che in questo modo il quartiere possa riprendere vitalità, da un punto di vista sociale ed economico.

7) *TocTocDoor* (<https://www.toctocdoor.com/>), è il social network del vicinato più giovane, che permette alle persone di dialogare online con i propri vicini per rendere migliore la vita nel mondo reale. Nata come start up a Foggia nel marzo 2016, a novembre 2016 avvia una prima sperimentazione a Torino. Trovare una baby sitter, così come informarsi sul proprio quartiere sembra facile se si utilizza un social network come questo.

A ben vedere, le esperienze italiane dell'*abitare digitale*, ad oggi, non hanno avuto il riscontro atteso. Che cosa è successo? O meglio, che cosa non è successo? La logica perseguita dagli ingegneri informatici “vocati al sociale” è stata quella di creare una scatola, attrezzarla di servizi, e, solo in un secondo tempo, preoccuparsi di riempirla di persone, di farla vivere. Ma vediamo nel dettaglio alcune criticità:

- Innanzitutto, procedimenti macchinosi disincentivano la partecipazione a partire dal primo accesso alle piattaforme, in cui bisogna fornire dettagliatamente le proprie generalità con diversi sistemi di validazione della propria identità: ad esempio, inviare una bolletta telefonica relativa all'ultimo bimestre, che attesti la residenza/domicilio nella zona in cui si intende diventare “utenti collaborativi”. Una volta entrati, occorre profilarsi, dire che cosa si fa nella vita, cosa si è capaci di fare, che cosa si può mettere a disposizione degli altri. La rigidità in ingresso e della profilatura disincentiva la maggioranza degli utenti, anche i più motivati. Questi ambienti appaiono poco *user-friendly* e pertanto poco inclusivi, dal momento che lasciano fuori tutti coloro che non sono propriamente nativi digitali. Resta inoltre la questione della privacy e il rischio del trattamento dei dati personali per finalità altre, non disinteressate.

- Una volta ottenuto l'accesso alla piattaforma, teoricamente gli utenti dovrebbero iniziare a interagire con il vicinato e scambiare servizi, beni, tempo. Ma questo raramente avviene in maniera istantanea/immediata, per più motivi. Il primo, perché nei primi tempi manca ancora la fiducia tra le persone, che spesso non si conoscono né online né offline e, nonostante tutte le cautele messe in campo dalle piattaforme, potrebbero non essere persone per bene e in buona fede. Il problema della fiducia è molto sentito

dentro e fuori la Rete. Nelle piattaforme questa dinamica viene addirittura amplificata e con il passare del tempo si può risolvere soltanto in parte e non per tutti. Come sviluppare allora la fiducia in Rete? Negli anni sono state affinate alcune strategie, in cui ciascun utente, sulla base dei comportamenti che mette in atto, definisce e costruisce la propria reputazione online [Origgi 2016, Agostini - De Nardis 2013]. Tuttavia, sebbene ci si fidi maggiormente in Rete di una persona che ha una elevata reputazione, il fatto di non conoscerla direttamente non consentirà di eliminare del tutto il sospetto e la diffidenza nei suoi confronti. Resta il fatto che ci si può fidare anche senza aver avuto modo di conoscersi di persona.

- Le logiche, i linguaggi e i tempi sottesi alla vita offline sono differenti da quelli della vita online – sono meno procedurali, artificiosi, formalizzati. Se la mia rete di vicinato è attiva e sviluppata sul territorio, in caso di bisogno posso interpellarla direttamente, posso decidere di rivolgermi direttamente al vicino di casa che conosco personalmente, di cui mi fido e con cui ho confidenza. Nelle piattaforme di vicinato la procedura è differente: posto una richiesta, in forma scritta, nell'apposito spazio, attendo che qualcuno prima o poi si connetta, mi risponda e, auspicabilmente, si fidi e mi aiuti. La situazione ottimale sarebbe coltivare la socialità di prossimità sia offline che online, il capitale sociale *bridging* e *bondind* [Putnam 2004], immaginando che i vicini di casa si possono incontrare sia nei social che negli ambienti “naturali”. Come peraltro accade già per alcuni gruppi – su Facebook così come su WhatsApp – in cui tuttavia le persone più che una vicinanza spaziale condividono interessi e passioni. Questa osservazione apre lo spazio per un'altra considerazione: è difficile creare una Community di vicinato a partire dalla Rete laddove non esiste una comunità reale di vicinato. Mentre è più facile che una comunità, se ne sente la necessità, utilizzi una

piattaforma digitale.

- Le *Community* sono Comunità? “La questione è se queste forme di aggregazione, che nascono e si mantengono sulla Rete, siano paragonabili a vere comunità o siano invece pseudo-comunità, cioè aggregazioni spersonalizzate, rese possibili solo da un media come il web, che consente relazioni anche di carattere limitato e senza un elevato grado di coinvolgimento. Detto in altri termini: social network, chat, newsgroup, forum e altre forme di condivisione online sono comunità di serie B, rispetto alle comunità tradizionali, caratterizzate da scambi *face to face*?” [Aime - Cossetta 2010, pp. 92-93]. Ci sono dei punti in comune, ma anche delle differenze. La questione è complessa e molto dibattuta. Aime e Cossetta concludono il loro saggio dedicato al dono al tempo di Internet affermando che “una delle caratteristiche della Rete è quella di dare vita a comunità immaginate, che non sempre necessitano di relazioni tra gli individui” [Ivi, p. 121]. È vero, resta il fatto che incontrarsi anche nei luoghi fisici, parlarsi senza mediazioni tecnologiche genera e rinforza lo spirito di comunità. Gli ambienti digitali sono luoghi di socialità, in cui le interazioni e le relazioni sono online, ma aperte all’offline, ovvero a possibili incontri reali. Queste forme ibride sono verosimilmente quelle che avranno più successo in futuro.

In definitiva, le piattaforme di vicinato, così come sono state predisposte, sono progetti troppo formalizzati per funzionare, eccessivamente lontani dalla vita delle persone; molto spesso pensano di poter fare a meno dell’offline, considerando gli utenti dei robot che si muovono all’interno di un sistema digitale, iper organizzato e strutturato, dove per starci dentro e farlo funzionare si è costretti a conoscere e seguire procedure a loro volta formalizzate e standardizzate. Non massimamente inclusive, da più punti di

vista.

C) Abitare ibrido, *analogico-digitale*. Se le nuove forme dell'abitare analogico sono ancora poco diffuse nel nostro Paese, se le nuove forme dell'abitare 2.0 sono ancora poco sviluppate, conosciute e utilizzate, esiste una terza possibilità ibrida, un abitare analogico-digitale, che non rinuncia all'offline e si avvale dei social network già molto diffusi:

1) Il caso delle *social street*. A ben vedere, il 2013 è stato un anno importante, non solo per la sharing economy, per le prime piattaforme italiane di vicinato, ma perché arriva una nuova idea, da Bologna, da Federico Bastiani. Padre trentenne, trasferitosi da poco tempo in via Fondazza, si preoccupa di trovare amici per far giocare suo figlio di tre anni. Non conoscendo nessuno nella sua via, inizia a chiedersi come poter risolvere il suo problema e al contempo come poter stimolare lo spirito comunitario, come far scendere le persone in strada, come abbattere i muri dell'indifferenza. Piuttosto che creare una piattaforma *ad hoc*, operazione troppo complessa, lunga e macchinosa, opta per la strada più semplice e informale, decide di aprire un gruppo chiuso su Facebook e di chiamarlo *Residenti in via Fondazza*. Fa un po' di volantaggio in strada e invita tutti i vicini che incontra a far parte del gruppo Facebook. Nel giro di poco tempo i vicini reali si connettono virtualmente. Molti di loro si connettono prima virtualmente e solo in un secondo tempo anche realmente. In questo caso, il social network è stato facilitatore di socialità. Questo primo gruppo Facebook non solo ha connesso i vicini di casa ma ha anche dato avvio al fenomeno sociale delle social street <sup>7</sup>. Via Fondazza è la prima social street in Italia, ovvero una strada anonima, che diventa social grazie a Facebook, che fa

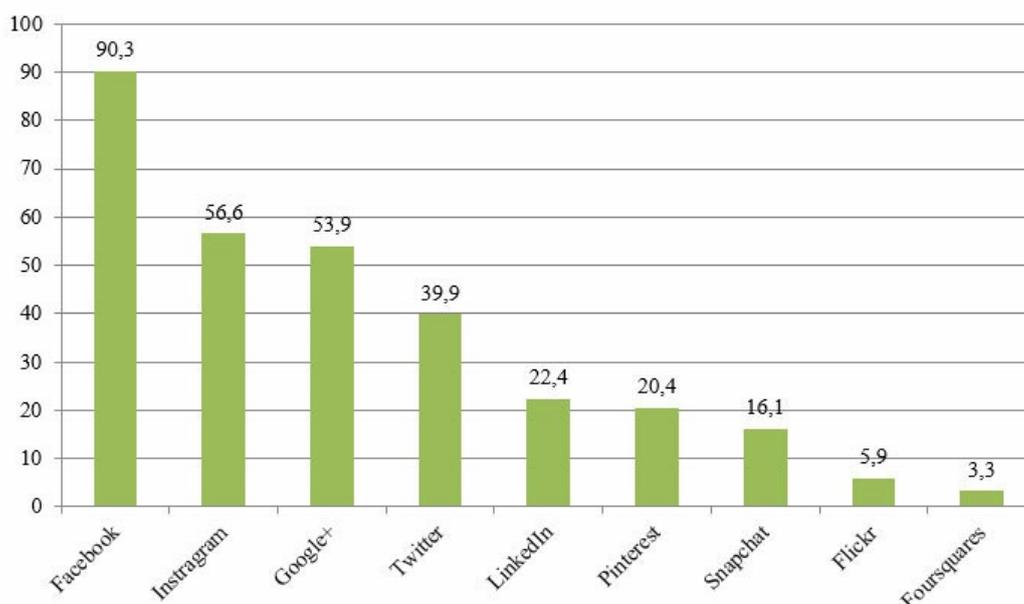
sì che le relazioni tra le persone vicine siano non solo social ma anche sociali.

2) *Gruppi WhatsApp di vicinato*. Non si definiscono social street, ma hanno molti punti in comune. La differenza principale sta nel social network che utilizzano, non più Facebook ma WhatsApp. Vicini di casa che aprono gruppi dedicati al loro quartiere, alla loro strada, al loro condominio in cui si scambiano informazioni, favori. Non ci riferiamo ai gruppi dedicati alla sicurezza di quartiere, dove appena un vicino di casa sente qualcosa di sospetto avvisa tutti gli altri su WhatsApp, piuttosto ai gruppi vocati alla socialità e alla solidarietà. A Quarto Oggiaro, periferia di Milano, gli abitanti di una strada in cui sorgono grandi condomini di nuova costruzione, in cui ci si conosce ancora poco, si sono dotati di un gruppo WhatsApp di vicinato piuttosto che di un gruppo Facebook.

3) *Social network per cohousing*. Interessante, ma molto poco diffuso, il caso in cui un cohousing per iniziare a funzionare e diventare pienamente un ambiente sociale e creare socialità nel luogo fisico si dota di un proprio social network. Come tutte le piattaforme di vicinato, per funzionare, è necessario che un amministratore/moderatore si faccia carico di coordinare gli scambi di informazioni, richieste di aiuto, segnalazioni, ecc. Un compito impegnativo che viene svolto a titolo gratuito, perché non stiamo parlando di un amministratore di condominio, regolarmente retribuito. A Milano, il Villaggio Cooperativo Scarsellini, in zona Affori, è un caso di un cohousing nato da una cooperativa di abitanti, che per organizzarsi si è dotato di un social network di condominio.

Se guardiamo l'insieme delle possibilità messe ad oggi in campo per far interagire e collaborare i vicini di casa, potremmo dire che l'idea delle social street di utilizzare Facebook si è rivelata al momento lungimirante, stando solo ai numeri delle social street avviate dal 2013 ad oggi e al numero dei vicini iscritti ai gruppi Facebook. Da subito è stato un fenomeno che ha avuto una forte eco mediatica, perché sembrava essere in grado finalmente di trovare una soluzione all'irrisolta questione della a-socialità di vicinato, in maniera piuttosto semplice, con un strumento *friendly*, già a disposizione della maggioranza della popolazione nazionale, sicuramente, ma anche di buona parte del resto del Pianeta. Basti pensare che in Italia nel 2017 oltre il 90% dei Millennials – ovvero coloro che hanno una età compresa tra i 19-32 anni – ha un profilo attivo su Facebook (Fig. 3), [Introini - Pasqualini 2017]. Seppure in maniera più soft, anche tra le generazioni precedenti – la Generazione X e i Baby Boomers – si hanno alti livelli di accesso a questo social network. Che comunque, fatte salve tutte le critiche possibili, piace.

Fig. 3 – Account attivi per social network per i Millennials (valori percentuali)



Fonte: Rapporto Giovani 2017 - Osservatorio Giovani, Istituto Toniolo

<sup>1</sup> In letteratura, la distanza sociale può essere di tre tipi: percepita, agita e subita. Per approfondimenti, cfr.: [Cesareo 2007; Introini 2007a; Bichi 2008; Tacchi 2010; Besozzi 2011].

<sup>2</sup> L'idea, secondo logiche proprie dell'ingegneria sociale, è quella di riprodurre lo spirito di comunità e quindi le pratiche collaborative in luoghi non più reali ma virtuali. Stiamo parlando di piazze virtuali, dove le persone pur non conoscendosi di persona barattano e condividono, a volte attivando transazioni economiche, altre volte muovendosi nella logica della banca del tempo, altre volte ancora nell'economia del dono. Le diverse mappature (realizzate a partire dal 2013, [www.collaboriamo.org/](http://www.collaboriamo.org/)) dei servizi collaborativi digitali *made in Italy* finalizzati alla condivisione, scambio e vendita diretta ne hanno censiti oltre un centinaio, ancora molto giovani, molti dei quali non hanno ancora raggiunto il grande pubblico, altri si sono addirittura spenti prima di avviarsi veramente. Piattaforme per qualsiasi cosa, per condividere una tata ([oltretata.it](http://oltretata.it)), il cibo ([gnammo.it](http://gnammo.it)), il tempo ([sfinz.com](http://sfinz.com)), ma anche piattaforme per il baratto, per le aste online e per la mobilità ([Subito.it](http://Subito.it), [Carpooling.it](http://Carpooling.it), ecc.). Interessante l'identikit degli utenti delle piattaforme collaborative mappate da Collaboriamo.org: più donne (52,8%) che uomini (47,2%); non giovanissimi (il 49% ha tra 34-54 anni, il 44% tra 18-34 anni e solo l'1% è under 18); diverso utilizzo tra maschi e femmine; alto numero di utenti attivi mensilmente (30.000 e +) a cui corrispondono pochi scambi (circa 1000 al mese); i settori più utilizzati sono i trasporti, il turismo, lo scambio di beni di consumo. In generale si riscontra tra gli utenti una bassa cultura della condivisione e una bassa cultura della Rete; una scarsa fiducia, timori e anche una scarsa conoscenza della sharing economy.

<sup>3</sup> Il movimento delle *Transition Town* ha un nodo italiano, nato nel 2008 grazie all'impegno di Cristiano Bottone: <http://transitionitalia.it/>

<sup>4</sup> Si legge sul sito (<http://ecovillaggi.it>): "L'associazione Rete Italiana dei Villaggi Ecologici (RIVE) è nata nel dicembre 1996 per tenere in contatto le tante eterogenee realtà degli ecovillaggi che sono sparse sul territorio italiano e per supportare la nascita di nuove. La diversità tra i membri della RIVE è un tratto caratterizzante dell'associazione stessa, in quanto ricchezza che ispira a molteplici stili di vita. Infatti, ad essa appartengono esperienze comunitarie differenti tra loro per orientamento filosofico e organizzativo ma tutte tese verso un modello di vita responsabile e sostenibile dal punto di vista ecologico, spirituale, socioculturale ed economico, intendendo per sostenibilità l'attitudine di un gruppo umano a soddisfare i propri bisogni senza ridurre, ma anzi migliorando le prospettive ambientali, presenti e delle future generazioni".

<sup>5</sup> <http://www.torri-superiore.org/>

<sup>6</sup> <http://www.housinglab.it/hlab/>

<sup>7</sup> Federico Bastiani e Luigi Nardacchione sono rispettivamente il fondatore e il co-fondatore di *Social Street International*, che ha un portale dedicato ([www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it)) in cui vengono fornite alcune indicazioni operative su come avviare una social street, quali sono i pochi ma importanti principi base a cui aderire e rispettare (in sintesi, no economia, no politica). Vi è, inoltre, una mappatura delle esperienze italiane e internazionali nate in questi quattro anni e riconosciute dalla "casa madre" e le principali attività realizzate dalle social street di tutto il mondo. Oltre al portale, *Social Street International* comunica anche attraverso i canali Facebook, Twitter e Instagram.

## **Capitolo 2**

### **Le social street:**

# **una risposta innovativa per connettere i vicini di casa**

di Cristina Pasqualini

### **La definizione di social street**

Le social street sono fenomeni sociali innovativi e recenti. Nel gennaio 2014, quando avviavo l'Osservatorio sulle Social Street, il dibattito accademico italiano era appena iniziato, perlopiù in maniera occasionale e isolata in alcune città italiane, in primis a Bologna<sup>1</sup> e a Milano [Nuvolati 2013, Cabitza - Scramaglia et al. 2016]. Non esisteva letteratura scientifica, non erano ancora disponibili ricerche e dati affidabili, fatta eccezione di alcuni articoli giornalistici. Di qui la decisione di costituire l'Osservatorio, il quale, oltre a monitorare mensilmente l'universo delle social street presenti in Italia e nel mondo, nell'ottobre 2014 ha avviato l'indagine *Vicini e connessi. Alla scoperta del vivere social*, che prevede approfondimenti locali – per il momento realizzati nelle città di Milano, Bologna e Mantova – con azioni di ricerca quantitative e qualitative. Sono tante le ragioni per cui l'Osservatorio è stato fin da subito attenzionato dall'opinione pubblica, dai media e dalle istituzioni locali, in primis la mission chiara che si è data, ossia fare ricerca scientifico-accademica indipendente, collaborando con le social stesse nella raccolta delle informazioni, senza usufruire di fondi di ricerca,

partner e sponsor di alcun tipo, facendo conto soltanto sulla gratuità dei ricercatori, che hanno messo al servizio della causa conoscitiva il proprio tempo e le proprie competenze. In virtù della povertà di informazioni esistenti, l'Osservatorio è dovuto partire da zero, creando la banca dati, che ad oggi è il punto di riferimento nazionale e internazionale sul fenomeno.

Al di là dei numeri, ma senza prescindere da essi, la prima questione da affrontare come Osservatorio è stata provare a definire cosa sono le social street, perché in definitiva all'inizio questo tutti si/ci chiedevano, così come ancora oggi continuano a fare in molti. Ma che cos'è una social street? Per chi cercasse una risposta, è bene sapere che questo termine non esiste né nei vocabolari della lingua italiana né in quelli di sociologia. Il problema è che non esiste neppure una voce su Wikipedia, che solitamente siamo abituati a interrogare quando vogliamo informazioni su qualcuno o qualcosa poco conosciuti. Al momento esiste la definizione che ne dà Social Street International nel suo portale ([www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it)) e la nostra definizione, secondo cui:

*Le social street sono strade sociali 2.0, ovvero strade abitate da vicini di casa, che prima non avevano rapporti e relazioni sociali significative e poi, grazie al social network Facebook, hanno iniziato a conoscersi, frequentarsi e fare cose assieme, talvolta non solo online ma anche offline. Sono gruppi chiusi su Facebook, aperti a tutti i vicini di casa che, stanchi di vivere nell'anonimato, decidono di fare rete con la Rete senza fermarsi alla Rete, orientati alla gratuità.*

Proviamo ora ad approfondire i principali ingredienti e le caratteristiche di questo fenomeno nuovo e innovativo, ancora poco conosciuto, ma dalle ampie potenzialità, che lo rendono al contempo peculiare e riconoscibile,

oltre che appetibile. In questi ultimi anni in molti – perlopiù soggetti privati ma anche pubblici – hanno provato ad amcarsi le social street. Nei casi più virtuosi considerandole come nuove interlocutrici accreditate, altre volte, purtroppo, utilizzando indebitamente il loro “brand” per altre finalità, assolutamente estranee al movimento social street. Su queste seconde derive esiste un certo “auto-eco-controllo”, gestito in gran parte dalle stesse social street sul territorio, ma non sempre è possibile vigilare su tutto. Definire con maggior precisione gli elementi di una social street consente di avere maggiori strumenti per tutelarsi da strumentalizzazioni e per saperle riconoscere, da altre esperienze, che seppur interessanti, sono altra cosa.

### **Il requisito della prossimità spaziale**

A differenza delle comunità online più ampiamente intese, *le persone che si connettono nelle social street sono generalmente spazialmente prossime*. Come a dire che le social street riattivano la socialità, il capitale sociale tra i vicini di casa di porzioni limitate di spazi urbani, non quello su scala più grande. Il social network riproduce virtualmente quella porzione di territorio – la strada, il quartiere – in cui le persone abitano realmente. Il fondatore/amministratore, ossia colui che ha avuto per primo l’idea di aprire una social street, come prima cosa costituisce un gruppo su Facebook chiamandolo come la strada o il quartiere in cui abita – ad esempio, *Residenti in via X e dintorni, Milano, Social Street*. Alle persone che fanno via via richiesta di iscriversi al gruppo Facebook, gli amministratori solitamente inviano un messaggio in cui chiedono se abitano in zona o per quale altra ragione si vuole entrare a far parte della social. Chi non abita nella zona interessata è invitato solitamente a considerare la possibilità di trovare la social street più vicina a casa propria. In effetti, che senso avrebbe far parte

di un gruppo Facebook in cui le persone parlano dei problemi del quartiere, organizzano iniziative e momenti di socialità sotto casa, quando si abita in un'altra zona della città e non si partecipa? Per desiderio di conoscenza? Per curiosità? Non sono motivazioni sufficienti. Talvolta chiedono di entrare a far parte dei gruppi Facebook persone che vicini di casa non sono. Ad esempio esponenti della Pubblica Amministrazione locale, i quali vengono accettati a patto che si limitino a un ascolto discreto, senza alimentare polemiche di natura politica su questioni legate alla città e alla convivenza. Un ruolo che è stato compreso e accettato. In effetti, il più delle volte non si ha neppure la percezione della loro presenza nei social dal momento che difficilmente prendono parola, commentano. In alcuni casi, soprattutto se interpellati, si rendono disponibili a parlarne, ma sempre al di fuori del gruppo Facebook della social street, in spazi fisici.

### **Forme abitative ibride, “analogico-digitali”/Nuovi-luoghi**

Nel 2015, iniziando a riflettere con l'antropologo Marc Augé sulla natura delle social street, in relazione ai tipi possibili di luoghi e ai tipi possibili di relazioni sociali, siamo pervenuti all'idea che le social street sono un caso di scuola interessante, poiché non rientrano negli schemi interpretativi esistenti e ci spingono pertanto ad allargare il nostro apparato categoriale e concettuale [Augé - Pasqualini 2016], fin tanto da ipotizzare che *le social street sono nuovi-luoghi*.

Facciamo qualche passo indietro fino al 1992, anno in cui Augé pubblica *Non-lieux*. In questo studio, in tempi non ancora sospetti, l'antropologo francese parlava di:

a. *Luoghi*, definiti come spazi fisici in cui abitiamo, contraddistinti da

relazioni sociali calde e familiari.

b. *Non-luoghi*: “forme urbane e sociali” diverse dai luoghi, in cui le persone non abitano, ma che semplicemente e strumentalmente attraversano per i motivi più diversi. Sono gli aeroporti, le stazioni, i centri commerciali, spazi anonimi di puro attraversamento, dove le relazioni sociali sono tutt’altro che calde.

c. *I luoghi virtuali*, ovvero spazi virtuali – come le comunità online – in cui le relazioni sono in potenza, piuttosto promessa di relazioni.

A oltre venti anni da questa riflessione le cose sono un po’ cambiate, si sono scombinare, ibridate e ricomposte diversamente. I luoghi esistono ancora? La mobilità, l’individualizzazione, la diffidenza e l’indifferenza caratterizzano oggi anche gli spazi in cui abitiamo, che alla fine non sono più pienamente luoghi, secondo l’accezione di Augé. Paradossalmente, negli anni molti non-luoghi sono diventati per molti – sia per chi ci lavora sia per chi li frequenta con assiduità – dei luoghi. Sebbene non ci abitino, ci passano molto tempo, tanto da investirci in relazioni sociali, in termini quantitativi e qualitativi. Da ultimo, i luoghi che un tempo chiamavamo virtuali, considerandoli distanti e altra cosa dal reale, oggi sono considerati diversamente, abitati da persone e non da cyborg. Se ciò che è virtuale è reale, verosimilmente ciò che si verifica in Rete ha delle ripercussioni – nel bene e nel male – nella vita reale; le relazioni sociali online hanno delle connessioni e delle ricadute nel reale, con incontri anche offline, nei territori fisici, ecc.

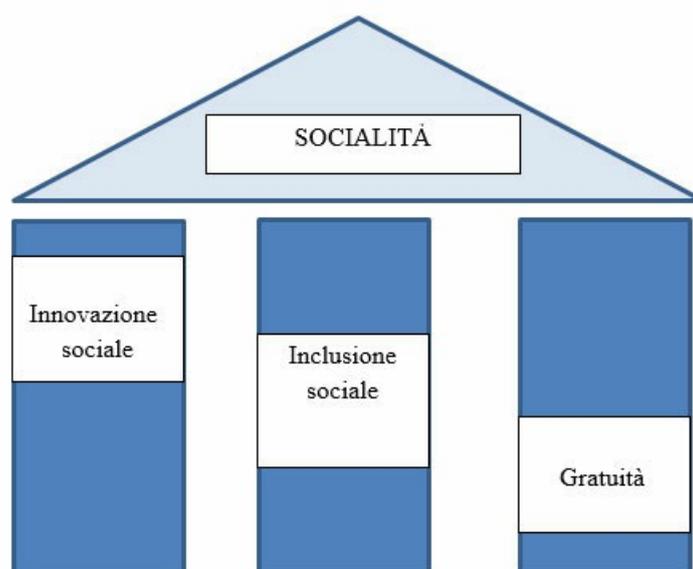
d. Da parte loro le social street sono spazi che nascono già ibridi, tra l’online e l’offline, dove le relazioni sociali sono per tutti in potenza e

per alcuni anche calde e familiari. Sono relazioni di prossimità, inoltre. Le social street sono forme abitative ibride, “analogico-digitali”. Per tutte queste ragioni, abbiamo stabilito di considerare le social street come *nuovi-luoghi*.

## **Socialità, innovazione sociale, inclusione sociale e gratuità**

Se dovessimo rappresentare graficamente la social street, la si potrebbe raffigurare come una casa, che poggia su tre pilastri solidi, ben piantati a terra [Pasqualini 2017b]. Detto in altri termini, hanno almeno tre caratteristiche fondamentali che le rendono riconoscibili, rispetto ad altre esperienze: *innovazione sociale*, *inclusione sociale*, *gratuità*. Tutto questo sta sotto un unico cappello – il tetto – che è la *socialità*, il fine più importante, il fine ultimo. Potremmo dire che *socialità* è la parola d’ordine delle social street.

Fig. 1 – La struttura della social street



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

1) *Le social street sono un caso interessante di innovazione sociale.* Una innovazione sociale bottom-up, nata dal basso, una risposta non delle istituzioni, ma delle persone che abitano un territorio e hanno dei bisogni specifici, che più di tutti sanno riconoscere e conoscono bene perché li vivono quotidianamente sulla propria pelle, a cui cercano di trovare soluzioni nuove e efficaci, sperimentando appunto. Sono risposte innovative a un bisogno non nuovo, ovvero la socialità di prossimità, che oggi torna a farsi sentire in maniera forte, dopo anni di erosione di capitale sociale, di indebolimento dei legami sociali, di perdita di senso di comunità, a favore di un crescente individualismo e anonimato. La social street è una risposta nuova, innovativa, che utilizza la Rete e i social network, quindi l'innovazione tecnologica, senza fermarsi alla Rete, in quanto le persone tendenzialmente hanno la possibilità, se vogliono, di scendere in strada, di realizzare un contatto reale tra loro. Inoltre, le persone che fanno parte di una social street hanno una forma più connettiva che collettiva, da cui deriva un certo tipo di azione, anch'essa innovativa, figlia del nostro tempo, per citare il pensiero di Sara Bentivegna [2015], nota studiosa della comunicazione e partecipazione in Rete. L'essere connessi con altri, far parte di uno stesso network, non significa necessariamente essere un collettivo; tuttavia essere connessi, anche con persone che non si conoscono tra di loro, può far generare risposte inaspettate e risolutive ai propri bisogni e, talvolta, ai bisogni dei più.

2) *Le social street sono fenomeni sociali potenzialmente inclusivi,* perché aspirano a tener dentro, a coinvolgere tutte le persone che effettivamente abitano la strada, nella loro eterogeneità e complessità: giovani e anziani, italiani e stranieri, coloro che hanno un elevato

capitale economico, culturale e sociale e coloro che, al contrario, vivono in condizioni di forte vulnerabilità. Nessuno è escluso, tutti possono partecipare, ognuno può trarne benefici e portare un contributo. Il digital divide è un problema generazionale nel nostro Paese, che riguarda soltanto i grandi anziani, verso i quali la social street, grazie alla duplice anima online-offline, cerca di avvicinarsi con forme diverse da quelle della Rete, utilizzando i vecchi canali di comunicazione analogica. Al contempo, le social street stanno cercando di porsi come luogo di incontro tra persone che provengono da Paesi diversi, che hanno sistemi culturali e religiosi differenti, ma non necessariamente non comunicanti. Nella social street le differenze si incontrano e imparano a conoscersi, attraverso occasioni reali di conoscenza, come le feste, ecc. La strada è di tutti coloro che ci abitano e soprattutto tutti sono invitati ad abitarla, a sentirla come la propria casa comune.

3) *Le social street sono fenomeni che si fondano non tanto sulla sharing economy, ma sull'economia del dono.* Le relazioni tra le persone sono improntate alla gratuità; le persone fanno delle cose per i propri vicini non tanto per ricevere qualcosa in cambio ma con la sola finalità di fare del bene, con spirito di solidarietà<sup>2</sup>. In alcuni casi, si hanno ricadute economiche, ma è secondario. Come abbiamo imparato dal sociologo Marcel Mauss nel suo *Saggio sul dono* pubblicato nel 1924, i gruppi sociali in cui ci si aiuta, in cui si condivide anche asimmetricamente – nel senso che non sempre le persone sono in possesso di beni da mettere a disposizione degli altri, alcune volte possono solo usufruirne –, in cui ci si mette a disposizione degli altri senza aspettarsi nulla in cambio – sia in termini di risorse materiali, come il denaro o altri beni tangibili, sia immateriali, come il tempo –, in cui in definitiva la parola

d'ordine non è guadagno, tornaconto, convenienza, risparmio, profitto, *do ut des*, ma gratuità e dono, che tipi di benefici producono? Non strettamente economici, abbiamo detto. C'è ragione di ritenere che il dono autentico – ovvero fatto in maniera disinteressata – ha un potere che altri tipi di scambi non sono capaci di generare, in quanto rinforza le relazioni sociali. Nel nostro caso potremmo dire che le relazioni di vicinato, che perseguono il fine della gratuità, con il tempo tendono a produrre legami sociali forti, tendono a produrre un sentimento raro: la gratitudine. Un sentimento, quest'ultimo, sempre più raro nella nostra società, che si muove di pari passo con l'economia del dono, anch'essa merce rara, ma non estinta.

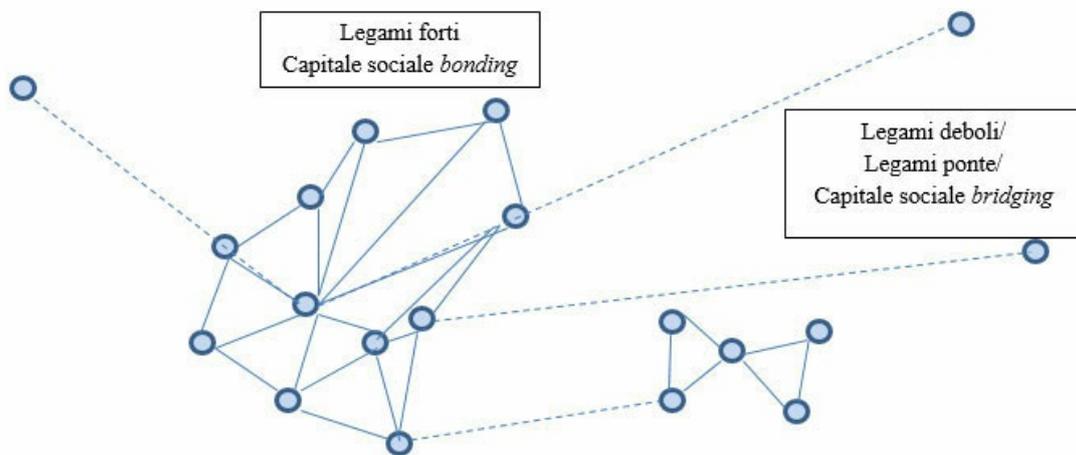
### **Una rete piccolo mondo**

Se osserviamo la struttura delle social street – arrivando a scomodare la teoria dei grafi del matematico ungherese Paul Erdos e dei matematici Duncan Watts e Steven Strogatz della Cornell University (Ithaca, New York) contenuti nel loro famoso saggio *Collective dynamics of “small world” networks* [1998] – ci si rende conto che verosimilmente, come altre realtà, anche le social street sono reti piccolo mondo, rappresentabili con un grafo a metà strada tra l'ordinato e il causale. Una condizione “piccolo mondo” resa possibile dal fatto di essere realtà ibride, tra il digitale e l'offline. Le persone che fanno parte di una social street – sia nel gruppo Facebook che nei luoghi fisici – sono interconnesse con tutti gli altri, più o meno intensamente, ma sono comunque connesse. Siamo talmente interconnessi che, parafrasando lo psicologo sociale americano Stanley Milgram [1967], tra ciascun punto della Rete e qualsiasi altro esistono al massimo sei gradi di separazione. Come è possibile tutto ciò? Come si spiega questa elevata connettività e soprattutto

questa riduzione delle distanze? Le persone – come ci ha insegnato il sociologo statunitense Mark Granovetter nel 1973 nel suo famoso studio *La forza dei legami deboli* [1996] – tendono a creare dei legami sociali forti con le persone che sono più vicine nello spazio fisico e con cui hanno pertanto maggiore confidenza, intimità, fiducia e familiarità – i vicini di casa, i familiari, i colleghi, gli amici, ecc. I legami forti non sono mai isolati, ma tendono a formare dei triangoli: se A è connesso a B e C, è molto probabile che anche tra B e C ci sia un legame forte. Le comunità di antica memoria – così come le teorizzava il sociologo Ferdinand Tönnies nel 1887 in *Comunità e società* [2011], ma anche lo stesso Émile Durkheim nel 1893 in *La divisione del lavoro sociale* [1971] – così come alcuni contesti comunitari moderni sono caratterizzati da legami forti, dettati dalla prossimità, dalla somiglianza e dalla solidarietà. Nelle social street le persone fanno parte della stessa strada, hanno possibilità di incontrarsi sul territorio e sono libere di tessere con i propri vicini relazioni, scambi, ossia legami forti. Tuttavia nelle social street non esistono soltanto i legami forti, ci sono anche molti legami deboli con persone che come me fanno parte del gruppo Facebook e della strada ma che non conosco personalmente, dei quali probabilmente non mi fido neppure completamente. Questi legami deboli, che Granovetter chiama legami-ponte, sono fondamentali in realtà, almeno quanto i legami forti, perché ci connettono e ci proiettano lontano nello spazio, aprendoci delle possibilità inaspettate. È il caso del networking studiato sempre da Granovetter per spiegare la forza dei legami deboli nella ricerca del lavoro. Se mi ritrovo improvvisamente disoccupato e ho bisogno di cercare un nuovo lavoro, che cosa faccio? Probabilmente come prima cosa attiverò la mia rete reale di contatti primari, i legami forti, ma non è detto che una offerta interessante venga proprio da questa; al contrario, è molto probabile che venga proprio da un legame debole, che apre una possibilità non

altrimenti contemplabile nella prossimità relazionale. *Mutatis mutandis*, se sono iscritta a una social street, vorrà dire che nel social network conoscerò direttamente/di persona una serie di contatti, che magari frequento anche offline, mentre di altri ignorerò quasi l'esistenza. Sta di fatto che è difficile che io possa conoscere personalmente 7000 persone, ma è verosimile che ne conosca almeno 70.

Fig. 2 – La social street come “rete piccolo mondo”: legami forti e legami deboli/capitale sociale *bonding* e capitale sociale *bridging*



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

E cosa accade quando ho bisogno di aiuto o di una informazione? Accade che se posto/avanzo una richiesta di aiuto sia online che offline nella social street, la risposta potrà arrivarmi da chi conosco già, ma anche da lontano, da un legame debole, che conosco appena o che non conosco affatto. A riguardo, Granovetter ci direbbe che le nostre reti sociali, per essere efficaci e massimamente virtuose, dovrebbero contenere sia legami forti che legami deboli, come peraltro spesso accade, e far parte di una social street vuol dire proprio questo. Come ha avuto modo di argomentare in tempi più recenti il sociologo Robert Putnam [2004], esistono due tipi diversi di capitale sociale, che svolgono due funzioni differenti nelle comunità/società: il capitale

sociale che serra (*bridging*) e il capitale sociale che apre (*bonding*). È evidente il richiamo ai legami forti e deboli di Granovetter. Anche per Putnam, è necessario che si sviluppino entrambi, così come avviene nelle social street, di cui lo stesso Putnam sembrerebbe non solo essere a conoscenza della loro esistenza, ma anche studioso ed estimatore.

### **Non ne esiste una sola, ma tanti tipi diversi**

Le social street sono tutte diverse tra loro. Queste ultime differiscono:

a) *per ampiezza, rispetto al numero degli iscritti ai gruppi Facebook*. Ci sono gruppi con 50 iscritti e gruppi con quasi 6000 iscritti. Non sempre i gruppi più numerosi sono i più “anziani”, anzi, esistono gruppi molto giovani che in poco tempo raggiungono ampiezze considerevoli, come il caso di NoLo Social district che in un anno di attività ha superato i 3000 iscritti. Al contempo esistono gruppi inattivi da anni;

b) *per ampiezza, rispetto alle dimensioni dell'area territoriale a cui si riferiscono*. Ci sono gruppi che connettono gli abitanti di una strada (sono la maggioranza dei casi), di un complesso di condomini (ad esempio, via Sannio 24, Martiri Triestini), di un'ampia porzione di quartiere (ad esempio, NoLo Social District), di un intero quartiere (ad esempio, Lambrate e Niguarda), ecc. Più la social street abbraccia ampie fette di territorio più è difficile che raggiunga il suo obiettivo, quello di riattivare capillarmente la socialità di vicinato. Questo non significa che non siano importanti, anzi, ma più difficilmente possono ottemperare questa funzione;

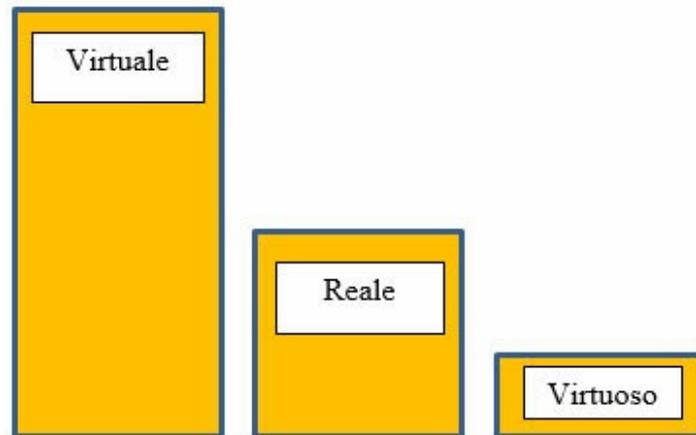
c) *per il livello di impegno/attività/partecipazione effettiva degli*

*streeters*. Iscrizione non è sinonimo di partecipazione. Detto con altre parole, piccole social con pochi iscritti (intorno ai 100/200) possono essere molto attive, grandi social con molti iscritti (tra i 1000 e i 5000) possono essere in generale poco attive o attive solo online, ecc. In generale, la grandezza non è necessariamente correlata positivamente alla partecipazione degli *streeters*. Iscrizione non è sinonimo di partecipazione. Si può essere iscritti e basta.

### **Dal virtuale al reale al virtuoso**

Solitamente questi fenomeni possono attraversare tre stadi differenti nel loro corso di vita, che Luigi Nardacchione ha espresso nello slogan *Dal virtuale, al reale al virtuoso*, uno slogan che descrive efficacemente sia le diverse forme che la processualità di queste realtà. Il raggiungimento di uno stadio e il passaggio al successivo, non cancella il precedente, ma lo include. Tutte le social street sono gruppi online (primo step), alcune di queste sono anche gruppi offline (secondo step), una minima parte sono anche gruppi virtuosi (terzo step). Per loro natura, essendo gruppi fluidi, le social street possono essere per alcuni periodi soltanto online, in altri momenti anche reali e virtuosi, ecc. Sono status non permanenti, ma in continua evoluzione. La differente altezza delle colonne nella Fig. 3, sta a raffigurare la diversa frequenza delle singole condizioni. Potremmo ipotizzare che su 100 social street attive online, meno di 50 sono attive anche offline e meno di 25 sono anche virtuose.

Fig. 3 – “Dal virtuale al reale al virtuoso”



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Ma vediamo nello specifico ciascuna fase:

a) *Il primo stadio contempla la dimensione virtuale.* Questo primo step riguarda tutte le social street. Sono gruppi Facebook in cui le persone interagiscono e iniziano a conoscersi nel virtuale, o meglio nello spazio online. Per alcune social non serve altro, è sufficiente fermarsi a questo stadio per soddisfare le proprie esigenze e finalità, oppure, in alcuni casi, mancano le condizioni sociali e territoriali per passare allo stadio successivo.

b) *Il secondo stadio chiama in causa il reale.* Le persone possono infatti decidere che non sia sufficiente incontrarsi in Rete ma utile e piacevole uscire dall'online e passare anche all'offline. Gli incontri solitamente avvengono in zona, nei luoghi che si affacciano sulla social street. L'incontro fisico spesso è più naturale di quanto si possa pensare, in quanto ci si era già conosciuti attraverso i social. Tuttavia, questo secondo stadio non è così facile da raggiungere, perché sappiamo quanto la partecipazione sia un problema nel nostro Paese,

così come la diffidenza e la mancanza di fiducia. È più facile fare un *like* dal divano di casa a un post di un vicino, che scendere con questo stesso vicino e prendersi un caffè, o aprirgli la porta di casa propria per condividere una tazza di té.

c) *Il terzo stadio presuppone un ulteriore coinvolgimento dei vicini*, che non solo sono connessi online e offline ma sono anche convenuti sulla possibilità di portare avanti qualche progetto che trovi un interesse o una utilità comune. Sono poche le social street che al momento sono a questo livello di protagonismo, di partecipazione attiva. Ma, probabilmente, non è neppure necessaria. Perché l'obiettivo delle social street è socializzare tra vicini, prima ancora di collaborare per qualche fine. È altresì vero che alcune occasioni di collaborazione possono essere anche ottimi pretesti per socializzare.

## **Multifunzionalità**

In generale, sempre connessi ai tre step di cui sopra, pensando ora alle diverse funzioni di una social street ne potremmo individuare almeno tre:

a) *Scambiarsi informazioni e aiuti tra vicini*. La prima funzione viene agita e goduta prevalentemente in Rete, ossia i vicini postano nel gruppo una richiesta di aiuto, si scambiano informazioni, consigli riguardo eventi in zona, accadimenti, problemi di vita quotidiana. Post dell'ordine: *“Vorrei sapere se in zona ci sono locali per organizzare feste di compleanno per bambini?”*; *“Mi potete consigliare un buon dentista, onesto, in zona?”*. Ma anche: *“Ho comprato una mensola, non dispongo di un trapano. C'è qualcuno che me lo può prestare per un'oretta?”*. In questo ultimo caso si possono aprire almeno due scenari possibili. Il

vicino che mette a disposizione quanto richiesto, oppure il vicino che si presta gratuitamente a fare il lavoro. Una risposta non banale. Perché non sempre e non a tutti recuperare un trapano risolve ogni problema. Occorre anche saperlo usare. Il tipo di risposta del vicino dipende spesso dal capitale sociale che si è costruito nella social street. Se il capitale sociale è elevato la risposta sarà verosimilmente del secondo tipo. Ma vediamo altri casi. Può anche accadere che in zona accada qualche evento inaspettato, oltre che percepito come pericoloso. In questo caso i vicini si attivano con risposte immediate. Del tipo: “*Mi è successa questa cosa, come devo comportarmi?*”; *Avete sentito/visto qualcosa di sospetto?*” Per certi aspetti, in quanto antenne sui territori, i vicini di casa sono i migliori tutori dell’ordine e della sicurezza di prossimità.

b) *Socializzare tra vicini di casa.* La seconda funzione è quella della socialità tout court e coincide solitamente con il secondo step. I vicini si incontrano per conoscersi, passare del tempo assieme. Le occasioni possono essere le più diverse: pizzate, aperitivi, colazioni, bicicletate, social tour, jogging e yoga al parchetto sotto casa. Talvolta qualcuno mette a disposizione la propria casa e si organizzano serate a tema – tipo, imparare assieme a fare una torta, piuttosto che una lezione dimostrativa di come far crescere rigogliose le piante sul proprio balcone. Cose semplici che tuttavia occorre sapere fare, per farle bene. Le social street che hanno a disposizione un’area verde nelle vicinanze sono sicuramente agevolate nell’espletare le tante pratiche di socialità. Durante la bella stagione molte colazioni sono fatte nei cortili e nei parchetti. Colazioni aperte a tutto il vicinato, in cui ciascuno porta qualcosa. E quando arriva la stagione delle piogge i vicini aprono le

porte di casa propria, così come alcuni artigiani della zona aprono le proprie botteghe. A ben vedere anche in estate le porte di casa si aprono. È il caso di alcuni *streeters* di NoLo che organizzano proiezioni di film sulla propria terrazza di casa, tanto ampia da poter ospitare un buon numero di vicini.

c) *Fare assieme ai vicini*. La terza funzione è quella della cura dei beni comuni e dei vicini di casa più bisognosi. Sono poche le *social street* che si sono date come *mission* questa funzione. Alcune si prendono cura di aiuole incolte, aree urbane degradate, mettendo in campo piccole azioni di riqualificazione. Ancora più interessanti sono le azioni di cittadinanza attiva che riguardano la presa in carico di vicini di casa, che vengono individuati e sostenuti, sempre con la massima discrezione. Come sappiamo un problema per tanti anziani così come per tante famiglie è la solitudine ma anche l'incapacità e la vergogna di chiedere aiuto. Queste forme di sostegno informali possono risultare, proprio per queste ragioni, maggiormente efficaci.

### **Gruppi informali, nuove forme di cittadinanza attiva**

*Le social street sono gruppi informali, formati da vicini di casa. Sono una nuova forma di cittadinanza attiva.* Alcuni studiosi sostengono addirittura che potrebbero essere considerati un caso interessante e innovativo, rientrando nel *quarto settore del welfare*, ossia quello informale/di prossimità, in forte crescita nel nostro Paese, in seguito alla crisi economica e alla crisi del sistema di welfare tradizionale, il welfare state. Nello specifico vediamo quali sono le principali caratteristiche che le differenziano da altri fenomeni simili online e offline:

1) *Quello che sono*. Non sono associazioni, non hanno uno statuto, un presidente. Non ci si iscrive e non ci si tesserava per entrare. Banalmente non si paga nulla. Le social street non hanno mai voluto trasformarsi in associazioni, vogliono piuttosto essere considerate per quello che sono, gruppi informali. Questa rivendicazione della propria natura informale è stata ad oggi accolta e rispettata dalle altre associazioni di stampo tradizionale, seppur con qualche difficoltà a comprendere come mai i cittadini dovessero scendere direttamente in campo informalmente, bypassando le associazioni, diventando quindi interlocutori diretti con le istituzioni locali. Quest'ultime, colte piuttosto di sorpresa e quindi piuttosto impreparate, si sono trovate a dialogare con soggetti nuovi, che non rientravano nei loro schemi, nei quali hanno provato a ricondurre in un primo tempo. Soggetti della Rete, che utilizzano Facebook, che rifuggono qualsiasi istituzionalizzazione, che non hanno un responsabile, che non chiedono nulla e fanno del bene: di fronte a tali soggetti, tanto rari quanto preziosi, le istituzioni locali hanno iniziato ad attenzionarli. In molte città italiane il confronto è iniziato ben presto, a Milano nel 2015, come vedremo in seguito, e ha portato alla costituzione dell'*Albo dei gruppi informali*, in cui è possibile censirsi, e, una volta censiti, si possono eventualmente avviare dei patti di collaborazione con il Comune. Una questione complessa, su cui molti studiosi di welfare si stanno interrogando. Tra i tanti lo stesso Paolo Venturi, che in una recente dichiarazione riportata da Francesco Cancellato su Linkiesta<sup>3</sup> afferma: "La politica dovrebbe limitarsi a riconoscere quel che c'è e dargli spazio. Invece vuole metterci sopra il cappello, usare i cittadini come strumento di policy a costo zero, per perpetuare la propria arretratezza anche in un momento di scarsità delle risorse".

2) *Quello che non sono*. In Rete, e più nello specifico nei social network, di gruppi informali ne esistono tanti. Sembrano simili, in realtà non lo sono. Se circoscriviamo l'attenzione ai gruppi nati rispetto ai vicini di casa, ci troviamo davanti una serie di soggetti interessanti, che non sono tuttavia social street, perseguono altre finalità, altri obiettivi. Oltre a quelli dedicati più specificamente ai condomini (a Milano, ad esempio, *Bixio 6 - The Community*), in Facebook ci sono gruppi del tipo: *Sei di Corvetto se...; Sei di via Padova se...* Questi gruppi, generalmente molto ampi, che possono essere sia chiusi che pubblici, puntano a creare appartenenza/identità di quartiere, con segnalazioni di eventi in zona, di notizie che riguardano il quartiere, con foto relative a negozi, situazioni di vita quotidiana, socialità, feste, ecc. Questi gruppi informali sono molto conosciuti e seguiti a Milano, così come ne esistono nel resto d'Italia, ma non sono social street. E non vanno confusi. Un altro esempio interessante di gruppo informale in Facebook è il *Quartiere Solari Social Network*, che, come recita il nome, riguarda un quartiere specifico di Milano, anche se è aperto non solo alle persone che vi risiedono; è un gruppo chiuso, che funge da vetrina virtuale, da connettore di segnalazioni e di altre pratiche di sharing economy che utilizzano altre piattaforme che possono in qualche maniera interessare e attivare in forma individuale o collettiva il vicinato. Non mancano gli incontri reali. Anche questo è un gruppo informale, ma non è una social street.

Di gruppi informali in Facebook ne esistono sicuramente molti altri, alcuni più facilmente individuabili, altri sfuggono più facilmente ai nostri radar. L'importante è saper distinguere e non mettere tutto nello stesso calderone, consapevoli che non sono associazioni, ma nuove espressioni di

socialità, partecipazione dal basso e cittadinanza attiva.

<sup>1</sup> Ricordo i primi seminari bolognesi con Pierpaolo Donati, Roberta Paltrinieri assieme a Federico Bastiani e Luigi Nardacchione, così come la partecipazione dei fondazziani e di alcune social street milanesi a grandi eventi sulla comunicazione, organizzati a Milano, come *Milan - Social Media Week*. Eravamo ancora agli inizi, ma decisamente già ben avviati.

<sup>2</sup> Secondo l'*Italy Giving Report* – il Rapporto annuale sulle donazioni degli italiani – realizzato da Vita e pubblicato nel numero di dicembre 2017, gli italiani più altruisti appartengono alla classe media, mentre i “poveri” sono in proporzione più generosi dei ricchi. Il dato relativo all'erogazione media procapite è il seguente: 580 euro a testa per i ricchi (redditi oltre 300mila euro l'anno), ben 233 euro per gli indigenti (zero reddito dichiarato ai fini Irpef), poco meno di 368 euro a testa per i donatori con un reddito compreso tra i 100 e i 300mila euro (<http://www.vita.it/it/article/2017/12/06/donazioni-superata-quota-5-miliardi/145366/>). Interessante la proposta dell'Arcivescovo Mario Delpini nel suo discorso alla città *Per un'arte del buon vicinato* pronunciato il 6 dicembre 2017: recuperare l'antica *regola delle decime*, rispetto al proprio tempo, che significa ogni dieci azioni metterne una a disposizione degli altri, gratuitamente: “Non bastano le risorse economiche della comunità a costruire il buon vicinato, ma servono anche contributi da offrire che non si possono monetizzare. Hanno un costo, ma sono senza prezzo. E vorrei proporre a tutti la regola delle decime. È una pratica buona molto antica, attestata anche nella Bibbia, un modo per ringraziare del bene ricevuto, un modo per dire il senso di appartenenza e di condivisione della vita della comunità. La regola delle decime invita a mettere a disposizione della comunità in cui si vive la decima parte di quanto ciascuno dispone. Ogni dieci parole che dici, ogni dieci discorsi che fai, dedica al vicino di casa una parola amica, una parola di speranza e di incoraggiamento”.

<sup>3</sup> Francesco Cancellato, *Il peggior nemico dell'innovazione sociale? La politica che non la capisce*, in “Linkiesta”, 2 novembre 2017: <http://www.linkiesta.it/it/article/2017/11/02/il-peggior-nemico-dellinnovazione-sociale-la-politica-che-non-la-capis/36039/>

# **Approfondimento n. 1**

## **Le basi/le origini: i “fondatori fondazziani” e il movimento social street**

di Niccolò Morelli

Il successo del gruppo *Residenti in via Fondazza-Bologna* potrebbe già costituire da solo un valido argomento per scrivere un libro. Tuttavia, se oggi si può parlare del fenomeno delle Social Street è dovuto al fatto che la socialità di strada non si è fermata alla piccola via di Bologna dove tra l'altro ha vissuto il pittore Giorgio Morandi. Questo approfondimento tratterà il passaggio dal caso Fondazza al movimento Social Street, focalizzandosi su tre questioni<sup>1</sup>:

1. I “fondatori fondazziani” e il movimento Social Street;
2. La prima social street in Italia: Via Fondazza a Bologna;
3. La nascita di Social Street International.

### **I “fondatori fondazziani” e il movimento Social Street**

L'ideatore della prima social street è Federico Bastiani. Nato a Lucca nel 1977, ha studiato a Pisa Economia aziendale e attualmente è giornalista. Appassionato agli U2 e alle nuove tecnologie, la prima passione gli

permetterà di conoscere sua moglie, con la quale ha avuto due bambini, mentre la seconda passione si rivelerà fondamentale per la nascita della social street. Nel 2004 si trasferisce a Bologna ma è solo nel 2013 che ha l'idea, partendo dalla volontà di far giocare suo figlio Matteo con i vicini di casa che non conosceva, di far partire il gruppo *Residenti in via Fondazza-Bologna*. Accanto alla figura dell'ideatore si affiancano da subito alcuni residenti, fino ad allora sconosciuti: Luigi Nardacchione, Filippo Pasotti<sup>2</sup> – per molto tempo amministratore del portale [www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it) – e Saverio Cuoghi<sup>3</sup>. Gli ultimi due, con il tempo, si allontanano dal progetto, mentre Luigi aiuta tutt'ora Federico ed è anzi una figura di riferimento per tutto il movimento delle social street. Luigi, anche lui non originario di Bologna ma cresciuto nel capoluogo emiliano, ha vissuto a lungo all'estero e a Roma, per tornare poi a Bologna nel periodo della nascita della prima social street. Come racconta lo stesso Luigi: *“Dopo essere stato quindici anni a Roma, un anno negli Stati Uniti, poi di nuovo a Roma, avevo bisogno di risolvere alcune cose. Sono andato a vivere in via Fondazza perché volevo stare vicino alle mie figlie; ho preso una casa in affitto, e lì ho conosciuto il gruppo, e mi sono iscritto”*. Separato, con tre figlie, dirigente aziendale, per Luigi la social street rappresenta la possibilità di fare nuove conoscenze, nuove amicizie: *“Avevo bisogno di risistemare tutta la mia vita, quindi era come se fossi uno straniero a Bologna nonostante tutto. Un po' per tutti gli anni che non ero stato fisso a Bologna e per la situazione personale, per la vita familiare che era completamente cambiata”*.

### **La prima social street in Italia: via Fondazza a Bologna**

La prima social street in Italia è quella di via Fondazza a Bologna<sup>4</sup>. Nasce a settembre del 2013, partendo dalla volontà di Federico Bastiani di far

giocare suo figlio con i bambini di famiglie residenti nella sua stessa via e dalla consapevolezza di non conoscere nessuno dei residenti. Per questo, Federico crea una pagina Facebook *Residenti in via Fondazza-Bologna*, e, parallelamente, appende sui muri del portico della sua via dei volantini, in cui dà appuntamento per conoscersi ai vicini di casa domenica 29 settembre e 13 ottobre 2013. Ai primi incontri partecipano una trentina di residenti, tra cui i co-fondatori Saverio, Filippo e Luigi. Si registra sin da subito un grosso interesse mediatico nei confronti del fenomeno: dopo il primo incontro, il quotidiano Metro Nazionale pubblica un articolo su via Fondazza. Indubbiamente, la stampa ha avuto un ruolo importante nella nascita di nuove social street, ma al tempo stesso è stato per i fondazziani un motivo di sospetto. Come ricorda lo stesso Federico: *“All’inizio, c’era una buona parte di persone che uscivano dal gruppo, perché dicevano, non a me direttamente, che tutta questa attenzione mediatica, basata sul nulla, doveva avere qualcosa dietro”*.

Al di là dell’influenza della stampa, via Fondazza ha alcune caratteristiche peculiari: ospita la casa del pittore Giorgio Morandi, una delle sedi distaccate di Scienze Politiche, è situata a due minuti da Porta Mazzini e dalle due torri, collega due vie nevralgiche di Bologna: via Santo Stefano e Strada Maggiore. La popolazione è molto eterogenea: vi risiedono bolognesi storici ma al tempo stesso giovani coppie e studenti, data la vicinanza con la zona universitaria. Inoltre, mantiene una serie di piccoli negozi, artigiani, osterie e ristoranti che rendono realmente fruibile la via dai suoi abitanti in caso di necessità. Per quanto questo non significhi automaticamente maggiore socialità, questi elementi contribuiscono a renderla una via in cui si passeggia volentieri, in cui è possibile l’incontro con il vicino dal fruttivendolo piuttosto che dal calzolaio o dallo storico barbiere.

La social street di via Fondazza è partita con un incontro tra una trentina

di residenti della via a cavallo della fine di settembre e l'inizio di ottobre 2013 in Piazza Morandi. Nel gennaio del 2017 i membri erano oltre 1250 e a gennaio 2018 circa 1500 anche se è da sottolineare che nel gruppo sono presenti molti "osservatori": ricercatori, amministratori di altre social street che prendono spunto, giornalisti, amministratori politici, ecc. Il gruppo online è particolarmente attivo, con una media di 120 post pubblicati al mese su argomenti che spaziano da occasioni di socialità a informazioni sulle attività del quartiere, da scambio di piccoli oggetti a informazioni sulla storia della via. Gli incontri sono in parte programmati e in parte spontanei: tra quelli programmati vi è l'appuntamento mensile all'Osteria della Fondazza, oppure gli *equinozi e i solstizi artistici*, nei quali si suona o si mostrano opere d'arte "Made in Fondazza". A maggio di ogni anno viene organizzato l'appuntamento con *Muri di Versi*, nei quali chi vuole può pubblicare una sua poesia che viene appesa sui muri o sulle arcate dei portici. Infine, a settembre, da quattro anni a questa parte, vi è l'appuntamento più atteso ovvero il compleanno Social che nel 2017 è arrivato appunto alla sua quarta edizione. Oltre a questi eventi, ci sono iniziative permanenti che contribuiscono ad animare la via durante tutto l'anno e a partire dai piccoli gesti. È il caso delle social bike, bici messe a disposizione dai residenti per chi ne ha bisogno e le cui chiavi vengono custodite da Massoud, un negoziante presente in via Fondazza. È presente anche una cassetta degli attrezzi social, grazie alla disponibilità e alla premura dell'artista Giovanni MacKenzie.

### **La nascita di Social Street International**

Prima di parlare del portale Social Street International, è necessario capire come si è passati dal gruppo di *Residenti in via Fondazza* all'idea di allargare

quest'esperienza ad altre vie, fino ad arrivare alla creazione del brand *Social Street*. È lo stesso Federico Bastiani a illustrare come nasce il nome *Social Street*: *“L'idea della parola Social Street è nata quando a ottobre del 2013 venne il Tg1 a fare il primo servizio; mi ha chiamato dicendomi ‘devo dare un titolo al servizio’ e parlando con mia moglie a casa, che è straniera e quindi tra noi parliamo in inglese, ho detto proviamo a chiamarla Social Street, perché se usiamo la parola Social prendiamo i due concetti: i Social Network che usiamo per mettere insieme le persone, con un aspetto sociale”*.

Da questo stralcio di intervista si possono osservare alcune cose. Innanzitutto, il carattere di spontaneità che è presente nelle relazioni all'interno delle *social street* è presente anche nella mente dei fondatori. Non c'è un disegno, un progetto da perseguire, ma tutto si basa sul fare qualcosa che si sente di fare. Federico sente la necessità di dare un nome a qualcosa che stava superando i confini di via Fondazza. Inoltre, si vede come la stampa si sia subito interessata a questo fenomeno e, come si vedrà successivamente, abbia avuto un peso rilevante nella diffusione del fenomeno nelle varie città.

Dopo aver reso nota l'origine del nome *Social Street*, bisogna capire come in parallelo si è passati dall'unicità di *Residenti in via Fondazza* alle *social street* e quindi alla necessità di avere un sito, un portale, dove comunicare e raccogliere le esperienze e le buone pratiche, ovvero *Social Street International*. Federico precisa: *“Una volta che era partita via Fondazza, nella sua semplicità, ricevevamo mediamente dalle 15 alle 20 email al giorno, chiedevano sempre le stesse cose: come si fa a far partire una Social Street, come si fa a gestire il gruppo, il ruolo dell'amministratore, tutte domande tecniche, così. Però sembrava che vedessero in noi una guida, via Fondazza. Allora per evitare di rispondere con copia incolla alle 3000 chat che si aprivano su Facebook, ho detto apriamo un dominio Social Street: creiamo il sito, mettiamo*

*le cose base e poi mappiamo le Social Street, mettiamo semplicemente dei link. Non è volutamente una roba sofisticata, funzionale, aggiornata, semplicemente è un punto di riferimento. Se uno vuole avere un po' di informazioni sulle vie o una rassegna stampa e sapere cosa si fa. Come sai la parte virtuale in questo progetto deve essere minimale, continuano a scriverci start up nuove che ci vogliono regalare piattaforme, bellissimo, però è gente che non ha capito questo progetto. Non è l'esperienza online, ma è l'esperienza offline il difficile e ciò che ci interessa”.*

Il portale internet ([www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it)) è organizzato in alcune pagine ed è stato aggiornato nel mese di agosto 2017 per renderlo più chiaro ed efficace. Nella pagina iniziale sono menzionati in maniera chiara e sintetica lo scopo e i punti di forza del fenomeno Social Street: *“Scopo di Social Street è quello di favorire le pratiche di buon vicinato, socializzare con i vicini della propria strada di residenza al fine di instaurare un legame, condividere necessità, scambiarsi professionalità, conoscenze, portare avanti progetti collettivi di interesse comune e trarre quindi tutti i benefici derivanti da una maggiore interazione sociale”.*

I punti di forza individuati dai fondatori sono dati dall'utilizzo di Facebook e dalla presenza nel territorio, rimarcando la natura ibrida del fenomeno, la gratuità del partecipare alle social street, l'inclusione e la non strutturazione. Inoltre, vengono elencati i principi fondanti del fenomeno: socialità, gratuità, inclusione. Questi tre elementi devono essere costantemente presenti nell'azione di ogni social street, sia a livello digitale che a livello fisico, *“per poter favorire comportamenti virtuosi”.*

Il sito è diventato un punto di riferimento non solo per chi fa già parte di una social street o per chi vorrebbe aprirne una, ma anche per chi vuole vedere di cosa si tratta, capire meglio i meccanismi e lo spirito autentico dell'iniziativa. Il portale fornisce le Linee guida, dove vengono indicati i

principi, le regole e forniti alcuni suggerimenti per aprire una social street. Qui si può leggere che:

*- I gruppi Facebook devono essere creati e portati avanti da singoli cittadini escludendo tassativamente istituzioni, enti, organizzazioni, comitati, partiti etc. a cui non possono rifarsi in alcun modo sia direttamente che indirettamente, essendo l'INCLUSIONE con SOCIALITÀ e GRATUITÀ, uno dei tre principi fondanti. Inoltre non si possono portare avanti istanze personali che non siano quelle della socialità. I gruppi Facebook devono essere CHIUSI al fine di poter verificare che ogni nuova richiesta di iscrizione provenga non solo da persone residenti nell'area geografica di pertinenza ma anche che i richiedenti siano consapevoli dei nostri principi, li condividano e successivamente che li rispettino. (In presenza di giustificati casi particolari, è possibile accettare nel gruppo anche persone non residenti).*

*- L'unico obiettivo deve essere quello della riattivazione dei legami sociali, ovvero favorire la conoscenza fra i vicini di casa: tutte le attività promosse devono avere questo unico obiettivo. Attività quali le feste di strada possono rappresentare un punto di arrivo, sempre nel rispetto dei nostri principi, dove a monte c'è stato un lavoro volto a favorire le interazioni fra i vicini di casa.*

*- Le Social street non possono accettare alcun tipo di finanziamento esterno; tutte le attività che svolgono vengono realizzata grazie al contributo individuale di ogni residente.*

Che cosa occorre fare per aprire una social street? I passi principali che portano all'avviamento di una social street ipotizzati dai fondatori del

portale sono quattro:

1) Primo passo: *“La prima cosa da fare è creare un gruppo chiuso utilizzando il proprio profilo Facebook. Per essere trovati dal motore di ricerca di Facebook è necessario che il nome del gruppo sia nel formato: Residenti in...nome via (oppure piazza, quartiere, ecc.) – nome città – social street. Il gruppo è consigliabile sia chiuso per tutelare la privacy delle persone che ne entreranno a far parte”*. Il portale raccomanda inoltre di non considerare la figura dell'amministratore come un capo, ma come un moderatore rispetto alle discussioni, alle richieste che vengono pubblicate, ecc. Inoltre, è consigliato non tenere in maniera esclusiva la pagina, ma farsi aiutare anche da qualcun altro, in modo da formare una sorta di cda (consiglio d'amministrazione) della Social. In effetti, durante la ricerca è stato possibile verificare che le social street maggiormente attive sono quelle gestite da più di un amministratore, anche se questo di per sé non basta a far sì che una social street funzioni.

2) Secondo passo: *“Una volta creato il gruppo su Facebook lo si pubblicizza con una locandina, basta un foglio A4 nel quale si indica la nascita del gruppo, l'obiettivo della socialità ed il link, per esempio ‘Residenti in Via Fondazza – Bologna’. Basta fare qualche fotocopia e attaccare la locandina nei posti più visibili possibili e legali”*. Il portale fornisce anche un modello di locandina, in modo da aiutare anche gli eventuali amministratori pigri o poco affini con la tecnologia. Questo passaggio risulta molto importante e spesso fondamentale per la diffusione della Social e l'aumento degli iscritti al gruppo Fb.

3) Terzo passo: *“Il gruppo va un minimo alimentato di contenuti ed*

*idee. L'idea è quella che il gruppo si auto alimenti ma difficilmente questo avviene nella realtà. Il fondatore o i membri del cda devono cercare di tenere 'vivo' il gruppo anche con piccole cose".* Anche qui si rimarca l'importanza dell'amministratore. Per come si sono potute osservare le social street in questa ricerca, si nota come il ruolo dell'amministratore sia fondamentale soprattutto nelle prime fasi di vita del gruppo, in cui egli deve essere possibilmente quanto più propositivo. Successivamente, può essere progressivamente sostituito grazie all'attivismo degli utenti, mantenendo però il ruolo di moderatore-facilitatore.

4) Quarto passo: *"La parte più interessante del Social Street è che nasce sul virtuale perché fisicamente non conoscete le persone che abitano vicino a voi, ma potete trasformare questi contatti dal virtuale al reale. All'interno del gruppo Facebook è possibile creare eventi. Cosa aspettate allora a conoscere di persona i vostri 30 contatti".* Questa è la fase più importante, ma al tempo stesso più delicata. Molte social non sono mai arrivate a questa fase, poiché è quella più impegnativa, meno immediata e soprattutto è quella in cui bisogna "metterci la faccia".

È inoltre presente una sezione del sito dedicata alla *Rassegna stampa*, ovvero le notizie che vengono pubblicate sulle Social Street nei vari media cartacei e digitali, in modo da aiutare il diffondersi delle buone pratiche. Questo ultimo è incentivato anche dalla sezione *News dalle Social Street*, nella quale vengono ri-postate le esperienze social pubblicate su Facebook dai residenti.

Proseguendo, è possibile trovare un'ultima sezione dedicata all'elenco delle Social Street in Italia e all'estero, divise per province e per nazione, con il link per collegarsi direttamente al gruppo chiuso di residenti.

<sup>1</sup> Per la realizzazione di questo contributo sono stati intervistati da chi scrive le persone di Federico Bastiani, Luigi Nardacchione e Saverio Cuoghi, rispettivamente il 24/01/2016, il 19/01/2017 e il 07/01/2016. Le interviste sono state realizzate faccia a faccia, registrate e trascritte integralmente. Sono state mappate 67 Social Street presenti nel Comune di Bologna e 11 in Provincia. Sono stati inoltre raccolti 577 questionari, mediante la survey online che ha utilizzato lo stesso questionario utilizzato per Milano e provincia (periodo di rilevazione: gennaio-aprile 2016), 12 interviste in profondità ai fondatori di Social Street bolognesi ed etnografie presso appuntamenti organizzati dalle Social Street. I principali risultati della ricerca sul fenomeno social street a Bologna sono contenuti in: *Il fenomeno Social Street: una risposta innovativa al bisogno di socialità e di rigenerazione urbana*, Tesi di Laurea Magistrale di Niccolò Morelli, 2016, Università di Bologna).

<sup>2</sup> Filippo Pasotti si occupa di servizi di web design con Webroom, il suo studio grafico. Si è occupato della creazione e della gestione del portale [www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it). Negli ultimi due anni si è allontanato dalla gestione della pagina poiché non riusciva a conciliare tale incarico con il suo lavoro.

<sup>3</sup> Saverio Cuoghi: fondatore di Tempo Consulting, società di consulenza direzionale. Cuoco, papà, è tra i primi sostenitori di via Fondazza. Darà una mano allo sviluppo e al lancio del portale Social Street. Successivamente, per divergenza di vedute, si allontanerà dal progetto Social Street.

<sup>4</sup> Le social street a Bologna, nel mese di gennaio 2018, sono 67. Il numero totale degli iscritti ai gruppi Facebook sono 13.000.

## Approfondimento n. 2

### Le Social Street in tre parole

di Claudia Tagliabue

Sarà capitato qualche volta di dovere sintetizzare in due o tre parole alcune esperienze che si sono vissute a chi ce lo chiede.

Se da un lato questa richiesta dà la sensazione di dover ridurre in una sola parola qualcosa che certamente avrebbe bisogno di essere descritto con più espressioni, frasi, termini, dall'altra però permette di riconsegnare ad altri la stessa esperienza attraverso un'immagine evocativa e concentrata, di raccontare con una pennellata un vissuto e/o un'emozione.

Il tentativo che si vuole offrire in questo approfondimento è quello di ricostruire entro un'unica cornice le tante pennellate.

*Che cosa è per te una Social Street? Descrivila con 3 parole* abbiamo chiesto agli intervistati di Milano e provincia, a conclusione del questionario online<sup>1</sup>.

Sono state raccolte così un corpus di *1289 parole*<sup>2</sup>:

- *1289 parole* per cercare di sintetizzare un'esperienza, un'idea, un desiderio;

- *1289 parole* riconducibili alle relazioni, alla vita di gruppo, alla voglia di fare insieme, alla cura, alla partecipazione, allo scambio e alla solidarietà e tante altre ancora;

- 1289 parole che sottolineano visioni simili che nascono però da un'eterogeneità di persone, storie di vita e appartenenze, oltre che di vissuti differenti rispetto a quello che rappresenta la social street e il significato che le si attribuisce sia personalmente che in termini di gruppo.

Fig. 1 - Word Cloud di tutte le parole scelte dai rispondenti



Fonte: Osservatorio sulle Social Street

Che cosa ci dicono le parole degli streeters?

- Di 1289, le parole (o gruppi di parole) contrassegnate da una connotazione negativa sono 8 (0,62%), ognuna citata una volta: *poca gente, poco attiva, attività di copertura per gruppi di sinistra, gruppo per far apparire il mondo tutto "rose e fiori", disorganizzazione, conflitto, incongruenze, attività di copertura per il degrado urbano di [nome del luogo],* mentre sono 5 i *no* o i *non so*.

- Si sottolinea inoltre come su 1289 lemmi siano solo 3 le parole (0,23%) che rimandano esplicitamente alla dimensione esclusivamente online della social street (*community, piattaforma virtuale, luogo di aggregazione virtuale*). Nelle altre parole proposte la dimensione virtuale sembra infatti confondersi o, per meglio dire, integrarsi con quella reale. Questa commistione tra reale e virtuale non ha permesso di ricondurre l'intero universo delle parole proposte dagli intervistati a una sola di queste due dimensioni ed ogni tentativo è risultato vano: è il caso per esempio dei termini *incontro, scambio e condivisione*, che possono rimandare sia a quello che riguarda l'aspetto virtuale della social street che alla "realtà".

La complementarità tra questi due aspetti potrebbe indicare come la dimensione virtuosa, che rimanda a una commistione e a un incontro generativo tra reale e virtuale, sia quella emergente nel descrivere una social street. È questo quindi uno degli elementi che diventa necessario comunicare se si possono scegliere solo alcune parole o che inconsapevolmente diviene rilevante nel descrivere la social street. Su 1289 parole, solo due esplicitano direttamente questa doppia natura: *un quartiere reale e virtuale, unione tra online e vita*.

Nella pittura impressionista le diverse pennellate, che hanno una potenza e un valore evocativo in sé, se sommate e unite alle altre permettono di restituire una nuova immagine in cui uniformità e difformità vengono messe in luce attribuendo nuovi significati alla composizione vista da una certa distanza.

Allo scopo di mantenere questa dimensione evocativa e di *pennellata* si è scelto di utilizzare lo strumento della "nuvola di etichette" (*word cloud*) per riconsegnare un'immagine composta di tutte le parole proposte dagli

intervistati<sup>3</sup>. Lo strumento della nuvola di etichette permette infatti di rappresentare visivamente la numerosità delle parole e la loro frequenza, facendo risaltare quali siano quelle maggiormente utilizzate grazie alla dimensione del testo e l'utilizzo del grassetto (Fig. 1). Le *word cloud* riescono così a mettere in evidenza le caratteristiche centrali di uno specifico oggetto ma allo stesso tempo riescono a dare valore agli spazi tra un lemma e l'altro, riempiendo di caratteristiche e significati gli spazi interstiziali.

- Di 1289 *parole* sono 369 i termini differenti.

- La prima parola più richiamata dai rispondenti al questionario è stata: *condivisione*, proposta 157 volte (12%). Il termine *condivisione* è stato scelto tre volte in più dei termini *socialità*, *socializzazione*, questi ultimi seguiti da *informazione e partecipazione* (richiamate meno di 50 volte). Questa prima informazione (Tab. 1) ci mostra come tra le prime dieci parole proposte dagli intervistati le tematiche emergenti riguardino la possibilità di condividere, conoscersi e aiutarsi, come se nella partecipazione alle Social Street emergesse una dimensione di beneficio che non è possibile ricondurre a un unico soggetto, ma anche alle relazioni o al gruppo.

Tab. 1 - Word Cloud delle parole scelte più frequentemente dai rispondenti (valori assoluti)

<b>Condivisione</b>	157
<b>Socialità</b>	49
<b>Socializzazione</b>	44
<b>Informazione</b>	40
<b>Partecipazione</b>	39
<b>Conoscenza</b>	33
<b>Aiuto</b>	33
<b>Collaborazione</b>	33
<b>Solidarietà</b>	31
<b>Opportunità</b>	29

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

- È interessante inoltre sottolineare come non emergano termini ego-riferiti, bensì lemmi più generali relativi alla vita sociale. Per fare un esempio, tra le parole scelte dagli intervistati il termine *condivisione* rimanda per la sua stessa radice etimologica (dal verbo *con-dividere*) alla divisione di qualcosa insieme *con altri*. Questo termine indica inoltre anche l'azione di prendere parte a un progetto, partecipandovi in vista di uno stesso obiettivo o di una finalità, appunto, condivisa, che per essere tale diviene perseguita attraverso un percorso che ha previsto una comunicazione e una riflessione comune. *Condivisione* inoltre richiama quanto poco sopra evidenziato circa la dimensione integrata di reale e virtuale, poiché insieme ai significati appena proposti questo termine viene infatti spesso utilizzato per indicare una specifica attività online, ossia l'azione di mettere in comune qualcosa che si possiede o di cui si è a conoscenza, con l'intento di informare gli altri.

- Il secondo e il terzo termine più richiamati dagli intervistati sottolineano questa dimensione di gruppo, indicandone sia il processo (socializzazione)

che la finalità (socialità) e allo stesso tempo il bisogno a cui la social street può rispondere. Lo spazio di socialità che si viene a creare sembra favorire quei processi di socializzazione all'interno del luogo definito dalla social street, che sia una strada, la via o una zona.

Se si guarda a queste poche informazioni emergono già due macro categorie a cui i significati delle parole riconducono e che identificano due caratteristiche rilevanti delle social street: da un lato troviamo l'esperienza di incontro con gli altri e la possibilità di creare relazioni, dall'altro lo scambio di informazioni e l'aiuto reciproco. *Incontro* e *aiuto* divengono così due elementi centrali a cui gli intervistati pensano quando si vuole descrivere una social street. Questi termini richiamano, seppure in modo diverso, la necessità della presenza dell'altro.

Emerge così come l'esperienza di partecipare alla vita di una social street non sia un'esperienza individuale o del singolo. Questa si gioca piuttosto sul piano della socialità e dell'incontro con l'altro, in vista del raggiungimento del bene comune per l'intero gruppo o comunità (termini come *comunità*, *comunione*, *condivisione*, *gruppo* sono stati utilizzati 216 volte).

Proseguendo nell'analisi del corpus, per facilitare la lettura di queste 1289 parole si è cercato di suddividerle in categorie, che mettessero in luce uno stesso significato. Le categorie più utilizzate dai rispondenti, che in questo approfondimento si vogliono presentare, sono le seguenti:

- 1) condivisione;
- 2) socialità e networking;
- 3) coesione e convivenza;
- 4) rapporti, relazioni e amicizia;
- 5) informazione e scambio;
- 6) aiuto reciproco, sostegno e solidarietà;

- 7) azione e impegno;
- 8) svago e divertimento;
- 9) innovazione;
- 10) opportunità e occasione.

- La categoria più scelta è stata quella che riguarda la *condivisione* con 163 voci, seguita da quella che riguarda la *socialità* e il *networking* (145 parole).

- È poi presente la categoria che richiama i temi della *coesione* e della *convivenza* composta da 89 parole.

- La categoria che comprende i contatti tra persone in termini di *rapporti*, di *relazioni* e di *amicizia* è stata richiamata nelle parole degli intervistati 86 volte (Fig. 2).

Fig. 2 - Word Cloud categoria Amicizia, incontro, relazioni



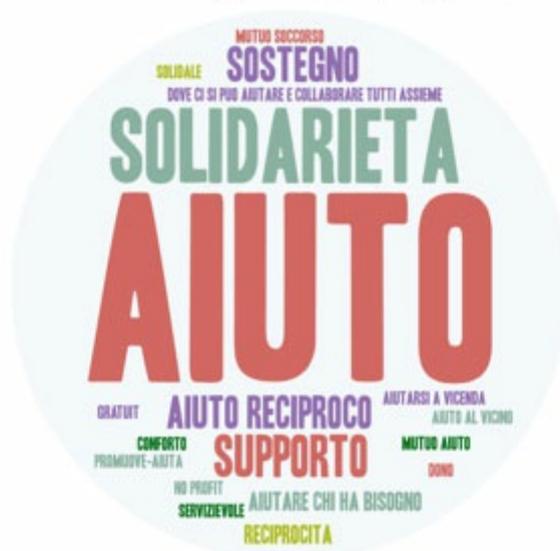
Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Insieme a queste parole più legate ai contatti tra persone, emergono

anche quelle che riguardano le *informazioni* e lo *scambio* (89 parole). In questo elenco di termini compaiono parole che vengono spesso utilizzate nel linguaggio on-line, come *sharing*, ma che nella pratica diviene difficile ricollocare in una dimensione o in un'altra (reale o virtuale).

*L'aiuto reciproco, il sostegno e la solidarietà* sono state richiamate 103 volte (Fig. 3), mentre il fare insieme in termini di collaborazione è stato citato 42 volte.

Fig. 3 - Word Cloud categoria Aiuto (reciproco) e solidarietà



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Si vuole sottolineare inoltre come tra le parole proposte dagli intervistati emerge una categoria formata da una varietà di vocaboli (86 lemmi) che richiamano la *cura* e *l'attenzione* per quello che riguarda il bene comune e l'impegno nei confronti di un luogo di appartenenza. La social street rappresenta per questo motivo uno strumento tramite il quale vengono organizzate iniziative ed *eventi* e in cui le persone agiscono per migliorare e curare il luogo in cui vivono o in cui abitano. La varietà delle parole utilizzate per descrivere questo aspetto si percepisce anche dalla densità dei

termini presenti nella *word cloud* che raffigura questa categoria (Fig. 4).

Fig. 4 - Word Cloud categoria Azione e impegno



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Alcune persone, attraverso la scelta dei termini, hanno messo in luce come l'esperienza vissuta nella partecipazione alla social street rappresenti occasione di *svago* e di *divertimento* per il tempo libero, qualcosa che diviene entusiasmante e istruttivo al tempo stesso (35 parole).

È inoltre interessante evidenziare la presenza di parole (33 lemmi) che richiamano l'aspetto *innovativo* e creativo della social street (Fig. 5).

Fig. 5 - Word Cloud categoria Innovazione



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Conclusioni

Per concludere, nell'analisi delle parole proposte dagli intervistati si è evidenziata la presenza di termini e in particolare gruppi di parole (50) caratterizzati da espressioni come *possibilità*, *occasione*, *opportunità*. Si è scelto di rendere tali termini categoria a sé stante (Fig. 6) per evidenziare gli ambiti sui quali le social street possono intervenire, divenendo *occasione* e *opportunità* per le persone, per il luogo, per il tempo. La categoria delle *opportunità* sembra sovrapporsi ai diversi ambiti trasversalmente, come fosse una categoria che riassume le altre presentate precedentemente.

Fig. 6 - Word Cloud categoria Opportunità



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Questo esercizio di stile, qui rappresentato anche graficamente, vuole riconsegnare un'immagine composita di quella che è la percezione della social street per ciascuno. In questo quadro prodotto da *1289 pennellate*, la condivisione con l'altro appare uno degli aspetti chiave per guardare in controluce i significati delle altre parole. La presenza dell'altro diviene la lente con cui osservare l'esperienza delle social street e la tensione che le contraddistingue: quella che si gioca sul piano reale e virtuale. La condivisione con l'altro, con gli altri, diviene così uno strumento connettivo rilevante che fertilizza le altre dimensioni.

Si può così affermare come siano questi termini, le pennellate, che danno forza alla Social Street come esperienza, non la social street come oggetto in sé. I termini proposti e scelti evidenziano le caratteristiche delle social street, dandone una definizione. Le parole insieme, riproposte nelle *word cloud*, mostrano un quadro complessivo del significato e del valore di questo

gruppo online che in taluni casi eccede virtuosamente nella dimensione reale.

Spesso le comunità online possono prendere le sembianze di quelle che sono le *comunità guardaroba*, così come definite dal sociologo Zigmunt Bauman in *Modernità liquida* [2002], ossia comunità apparenti che hanno la durata di uno spettacolo di teatro o di una partita di calcio, durante le quali gli spettatori, abbandonando prima di entrare le identità nel guardaroba, si trovano insieme per la durata di uno spettacolo, uniti da un fine comune, guardando insieme uno stesso attore o uno stesso evento. Al termine di questo momento collettivo però ognuno, riprendendo i propri abiti, si separa dagli altri e se ne va per la sua strada.

La varietà e la ricchezza dei termini proposti da coloro che hanno risposto al questionario ci mostrano come l'esperienza della partecipazione alla social street metta in luce una dinamica di condivisione e di impegno che potrebbe permettere di andare oltre quella che è la durata di uno spettacolo o di una partita, sfidando la dispersione de "l'inutilizzata energia degli impulsi socializzanti" e opponendosi "al perpetuarsi di quella solitudine che cerca disperatamente ma vanamente rimedio in rare iniziative collettive concertate e armoniose" [Bauman 2002, p. 238].

<sup>1</sup> Le risposte a questa domanda del questionario sono state elaborate e analizzate da chi scrive, attraverso l'aiuto del software Excel.

<sup>2</sup> Alcuni intervistati hanno scelto di rispondere a questa domanda attraverso dei gruppi di parole, conteggiati come una.

<sup>3</sup> Le elaborazioni grafiche delle Word Cloud presenti in questo approfondimento sono state realizzate da chi scrive mediante il software WordArt.com

## **PARTE SECONDA**

La sfida social(e) raccolta dalla città di Milano

## **Capitolo 3**

### **Milano, capitale delle strade sociali 2.0: diamo i numeri!**

di Cristina Pasqualini

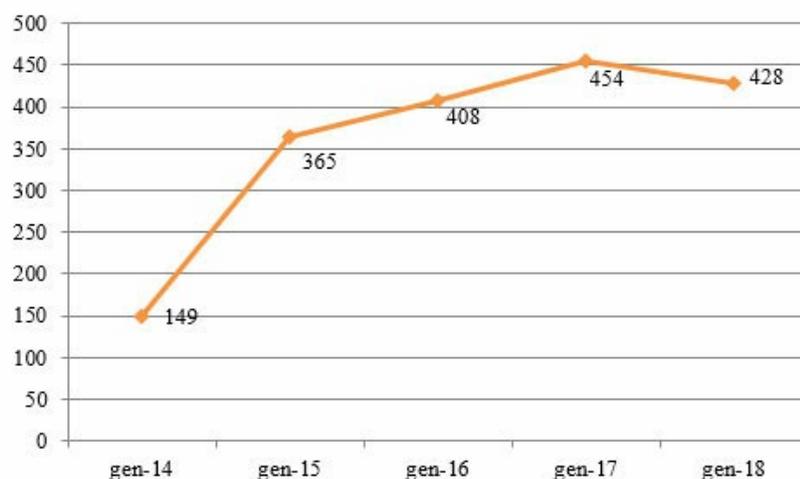
#### **Da via Fondazza al resto del mondo**

Nate ufficialmente nel settembre 2013 a Bologna, la prima in via Fondazza, grazie a un giovane padre, Federico Bastiani, che, trovatosi a vivere in una nuova città per lavoro, si preoccupava per integrarsi di individuare degli amici per suo figlio Matteo. E la risposta la trova proprio dove nessuno prima di lui l'aveva trovata. Decide di aprire un gruppo Facebook dedicato alla strada in cui abita – *Residenti in via Fondazza* – in cui invita a far parte tutte le persone che già conosce, chiedendo a quest'ultime di fare altrettanto. Prepara dei volantini e li distribuisce nei bar, negozi, botteghe di artisti e artigiani presenti nella via. Con sua moglie Laurell Boyers decide di chiamare questo “esperimento sociale” social street, nel senso di strada sociale 2.0, di strada che diventa sociale utilizzando il social network più diffuso al mondo. Sono passati oltre quattro anni da quel giorno e oggi quel bambino di amici per giocare ne ha trovati parecchi. Suo padre ha dato origine a un fenomeno sociale tanto semplice quanto necessario di questi tempi. Nelle grandi città, soprattutto. In un mondo che gioca in difensiva, per non dire in ritirata, idee come queste, che spronano

all'incontro, a fare comunità, sono opportunità preziose di inversione di tendenza.

Il fenomeno che prende il nome *Social Street* si diffonde rapidamente in Italia e in alcune città nel mondo. Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio sulle Social street, soltanto nell'ultimo trimestre del 2013 vengono aperte oltre 140 social street. I numeri non dicono tutto, certo, ma sono comunque importanti per farsi un'idea di quello di cui stiamo parlando. Se a gennaio 2014 erano 149, a gennaio 2015 erano 365, a gennaio 2016 ben 408 e a gennaio 2017 toccano quota 454, in Italia e nel resto del mondo. L'anno 2017 non è stato particolarmente fecondo in termini di aperture. Un monitoraggio attento e continuo della Rete, per quanto siano fenomeni informali e fluidi, ha consentito di stimare che nel mese di gennaio 2018 le social street sono complessivamente 428 (Fig. 1). È verosimile che alcune esperienze siano rimaste inattive per un po' di tempo per essere poi definitivamente chiuse e archiviate<sup>1</sup>. Si stima che le persone coinvolte soltanto online siano un numero prossimo ai 100.000 streeters, di cui un buon 50% nella città di Milano.

Fig.1 - Andamento crescita fenomeno Social Street in Italia e nel mondo - (valori assoluti monitoraggio: gen 2014 - gen 2018)

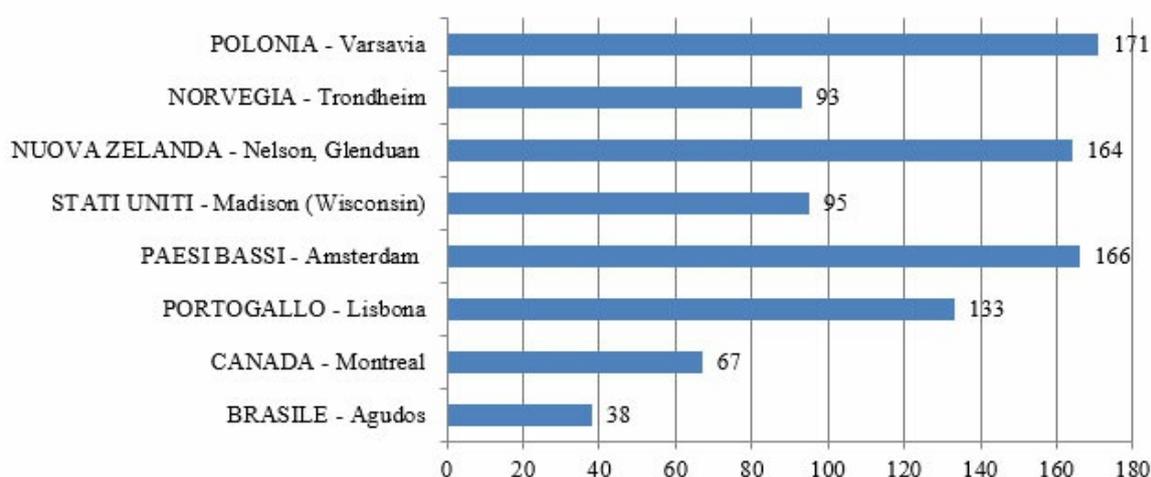


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Si tratta di un fenomeno *made in Italy*, con qualche primo tentativo di esportazione in altri Paesi europei e non solo, da parte di persone che ne sono venute a conoscenza, che magari hanno transitato in Italia, hanno risieduto temporaneamente in strade sociali 2.0 e, una volta rimpatriati, hanno voluto esportare il “prodotto di qualità”. In questi anni all'estero sono state mappate un numero circoscritto e variabile di sociale street, all'incirca 19. Parliamo di numero variabile perché, essendo gruppi informali su Facebook, sono difficili da tenere sotto controllo; talvolta vengono aperti e chiusi con molta facilità e non rimane traccia di nulla. Nel mese di gennaio 2018, le social street attive all'estero sono 8, altre sono state censite in passato ma, al momento, sono uscite dai nostri radar e probabilmente sono state chiuse. Come il caso di *Clarenstraat Neighborhood, Delft Social Street – Amsterdam*. Una social street nata a settembre 2015, 7 iscritti a gennaio 2018; l'amministratrice Babi Pecoraro, di origine torinese, si è trasferita temporaneamente per lavoro ad Amsterdam e, venuta a conoscenza dai media dell'esperienza italiana, ha deciso di replicarla. Il bisogno è stato

quello di creare socialità in un luogo nuovo, in cui i vicini di casa erano degli emeriti sconosciuti. L'amministratrice afferma che la sua social street è praticamente inattiva, non ha mai funzionato, un po' per diffidenza degli olandesi, un po' perché esistono gruppi simili per studenti e quindi non è risultato un esperimento socialmente interessante. Al momento il gruppo è ancora aperto, ma come si vede dalla sua numerosità è rimasto da sempre inattivo.

Fig. 2- Le 8 Social Street all'estero (numerosità iscritti per ogni social, valori assoluti, gennaio 2018)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street

Le 8 social street attive all'estero sono nate prevalentemente tra il 2014 e il 2015<sup>2</sup>. I paesi attualmente coinvolti dal fenomeno sono almeno 8 (Fig. 2). Gli iscritti ai gruppi Facebook di queste social street non sono molti, si aggirano complessivamente intorno alle 1000 persone. Un numero circoscritto, se si pensa all'ampiezza che il fenomeno ha raggiunto invece in Italia e in particolare in alcune città, ma comunque importante. Tra i casi internazionali più interessanti, ne segnaliamo alcuni che talvolta presentano curiosamente un intreccio particolare con il nostro Paese:

1) *Bielawska Social Street - Varsavia*: social street nata a settembre 2015, 130 iscritti a gennaio 2017 (circa 170 nel mese di gennaio 2018), l'amministratrice polacca Anna Dabrowska aveva vissuto precedentemente nella social street di viale Odisseo a Pomezia (Italia) e decide di esportare l'esperienza nella sua città di origine;

2) *Vizinhos da Luis Scimini - Cidade de Agudos - social street – Brasile*: social street nata a novembre 2015, 35 iscritti a gennaio 2017 (circa 40 nel mese di gennaio 2018), amministrata da Rosana Padiã, studiosa di scienze sociali. In questa social street si respira aria di buon vicinato, misurabile dalle piccole buone pratiche che vengono realizzate, come la coltivazione di spezie condivise in strada all'interno di una carriola riadattata a fioriera o la decorazione di alberi in occasione di particolari ricorrenze e festività, il posizionamento sugli alberi di cassette con cibo per gli uccellini.

3) *Glenduan, Nelson - Aotearoa – Nuova Zelanda*: social street nata a gennaio 2014, 125 iscritti a gennaio 2017 (circa 170 nel mese di gennaio 2018), Tonnie Uiterwijk, ex-fondaziano, insegnante di professione, ha aperto la propria social street all'estero. Numerosi sono i post di buon vicinato: chi chiede un passaggio in auto per la città, chi ha perso un pappagallo e chiede aiuto ai vicini, chi ha bisogno di qualcosa e verifica se il bene è disponibile e condivisibile gratuitamente. Insomma, anche in questo caso un punto di riferimento.

I casi internazionali ci confermano che le social street, per le loro caratteristiche, possono essere replicate anche all'estero. In ciascuna città, in ciascun paese prenderanno una forma diversa, a seconda delle esigenze, del territorio, degli amministratori. Gli scenari urbani possibili possono essere

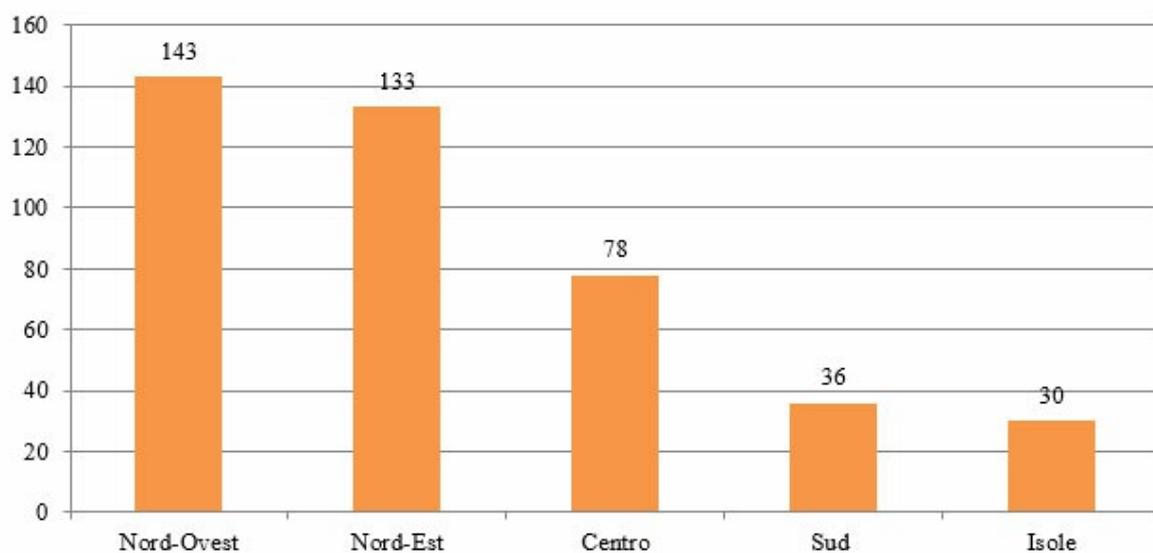
molto diversi tra loro: conglomerati di case e condomini sono differenti da ampie distese di campagna intervallata da qualche casa qua e là. In entrambi i casi le social street possono essere utili per connettere i vicini di casa: nel primo caso sono vicini spazialmente ma molto spesso non si conoscono; nel secondo caso sono lontani spazialmente, ma pur sempre vicini di casa, e non si conoscono.

### **Le social in Italia**

Ma torniamo all'Italia. Se guardiamo la distribuzione per aree geografiche, ci rendiamo conto che le social street sono maggiormente presenti al Nord (143 nel Nord-Ovest e 133 nel Nord-Est), mentre 78 sono al Centro, 36 al Sud e 30 nelle Isole (Fig. 3).

Come si spiega un gap così significativo tra Nord e Sud? Nell'immaginario collettivo, il Nord è per definizione più a-sociale e ha maggiore necessità di trovare nuove risposte alla rigenerazione dei rapporti di vicinato, che al Sud permangono invece ancora forti e diffusi. Un altro pregiudizio ci potrebbe portare ad ipotizzare che il Nord è da sempre il motore dell'economia, ma anche dell'innovazione sociale, del design, dell'uso virtuoso delle nuove tecnologie. Nei fatti, forse valgono almeno in parte entrambe queste spiegazioni.

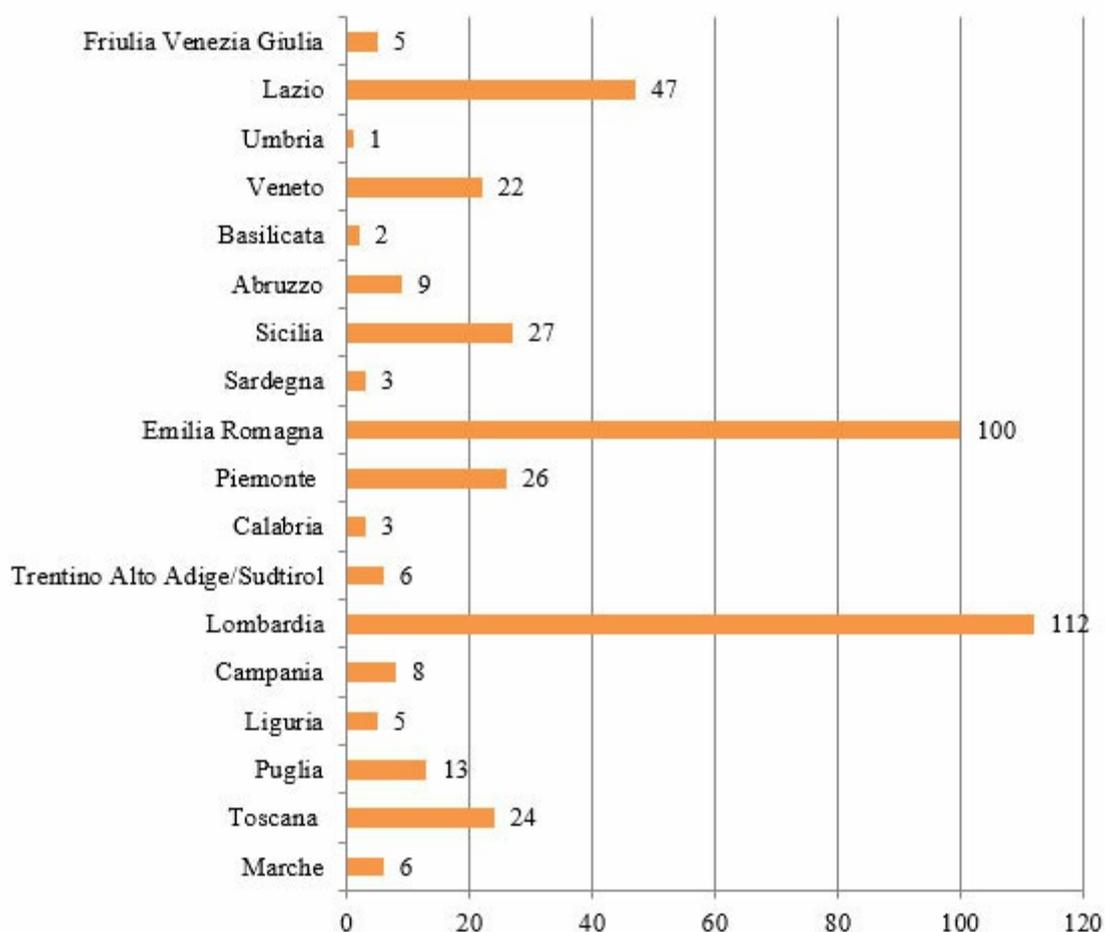
Fig. 3 – Numerosità delle social street in Italia, per aree territoriali (valori assoluti, gennaio 2018)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Ma scendiamo più nel dettaglio, analizzando il fenomeno su scala regionale. Il primato va alla Lombardia (112), seguita a breve distanza dall'Emilia Romagna (100). Nel Lazio ce ne sono 47 (Fig. 4). Le altre regioni presentano valori assoluti più bassi. È evidente che su queste tre regioni pesano tre importanti città: Milano, Bologna e Roma. È anche vero che altre grandi città non pesano allo stesso modo, come si vede in maniera molto chiara nella Fig. 5.

Fig. 4 – Numerosità delle social street in Italia, per regioni (valori assoluti, gennaio 2018)

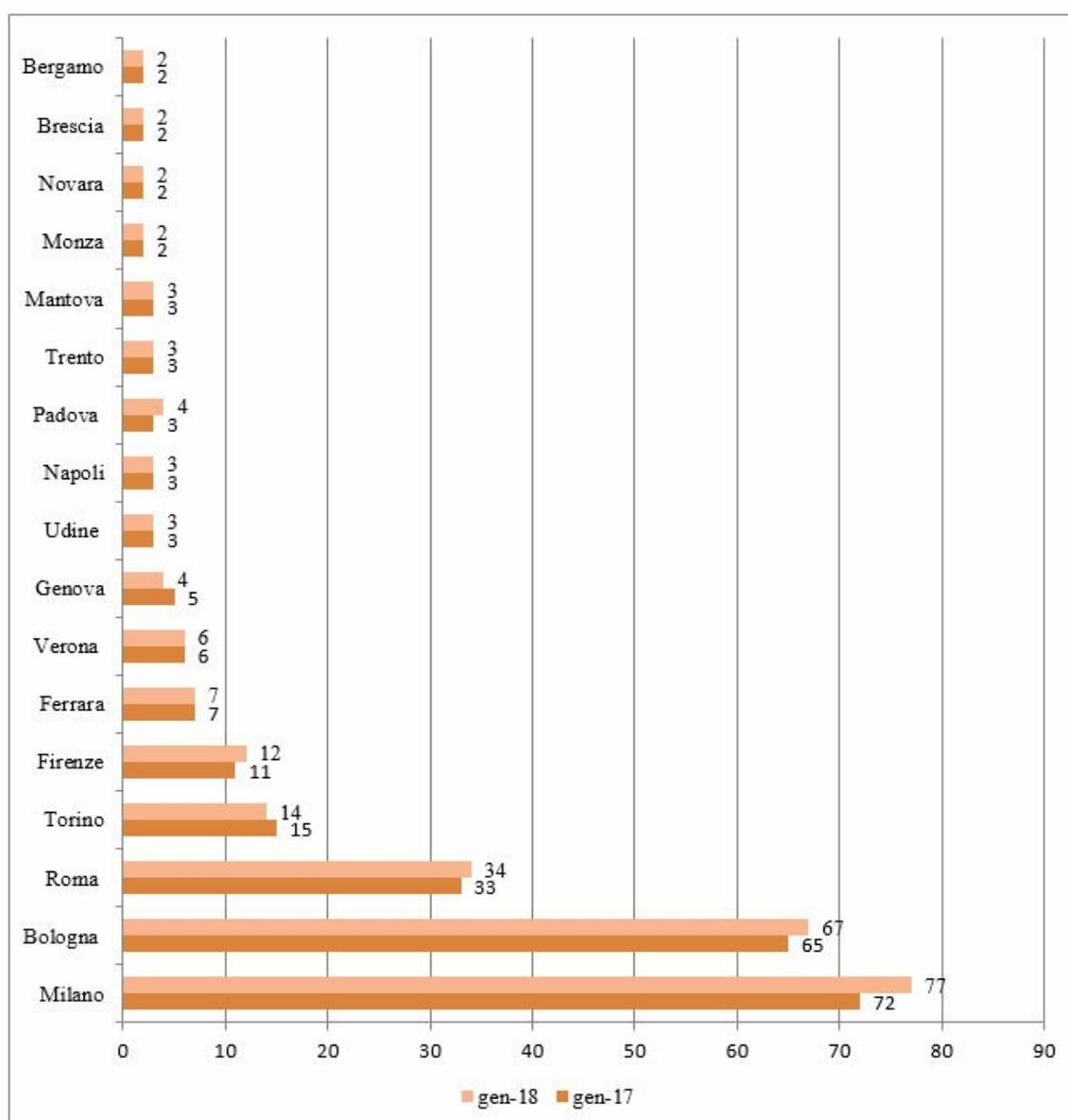


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Se da parte sua la città di Bologna ha accolto positivamente la sfida social(e), la risposta di Milano non ha tardato ad arrivare. Ed è stata altrettanto positiva. L'Osservatorio sulle Social street, nel mese di gennaio 2017, ha censito a Bologna 65 gruppi, a Milano 72. Roma ne ha 33 e Torino 15. Nelle restanti città italiane si registrano numeri inferiori. Un anno dopo che cosa è cambiato? A gennaio 2018, le social street nelle città considerate non fanno rilevare una crescita significativa, come si evince sempre dalla Fig. 5. Milano resta in testa, con 77 gruppi attivi. Mentre a Bologna, ne

abbiamo ben 67. Fatta eccezione per Milano, Bologna e Roma, che registrano comunque un trend di crescita, seppure di poco, positivo, tutte le altre città prese in considerazione sono rimaste a guardare o, in alcuni casi, hanno addirittura visto cessare le attività di alcune delle loro già poche social street.

Fig. 5 - Numerosità delle Social Street in Italia, per città (confronto gennaio 2017 - gennaio 2018, valori assoluti)

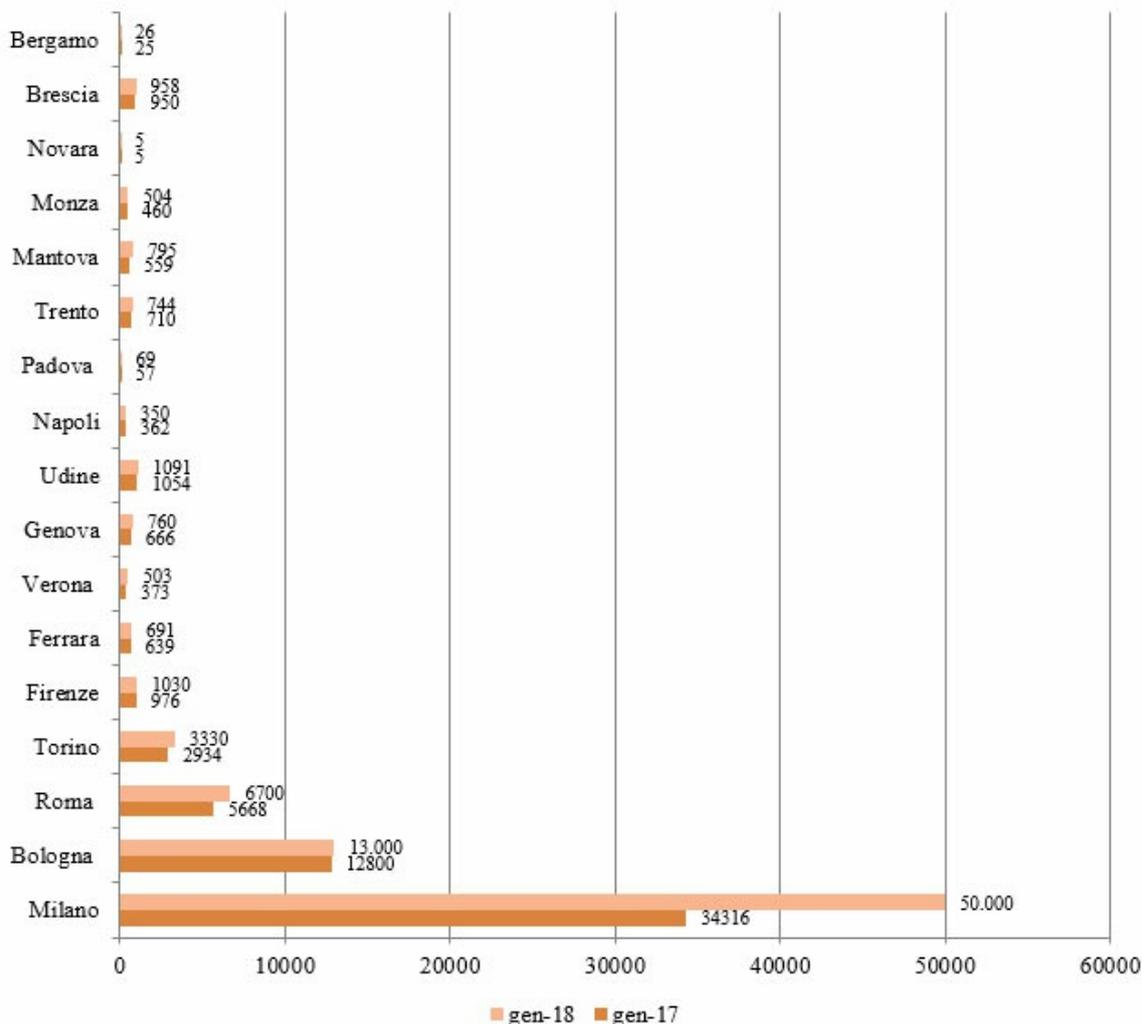


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Se da un lato nell'ultimo anno ne sono nate poche di nuove, cerchiamo di capire se c'è stato almeno un significativo incremento degli iscritti tra i

gruppi Facebook attivi. Milano non trema di fronte ai numeri sia per numero di social attive, sia per numero di social nate nell'ultimo anno, sia per numero totale degli iscritti ai social, sia per incremento registrato negli ultimi 12 mesi. A gennaio 2018, Milano ha oltre 50.000 iscritti ai gruppi, mentre Bologna circa 13.000 (Fig. 6). Non sempre a un elevato numero di social corrisponde un elevato numero di iscritti. Questo perché molte social non sono particolarmente attive. In alcune città si registrano poche social e molti iscritti. Ad esempio Novara e Brescia hanno entrambe due social; tuttavia Novara ha in tutto 5 iscritti mentre Brescia quasi mille. È evidente che nel primo caso, al momento, le social street sono inattive, mentre nel secondo caso una viaggia a pieno regime (*Corso Mameli*, 943 iscritti) e l'altra è inattiva (*Viale Europa*, 6 iscritti). A dimostrazione che i numeri non dicono tutto e vanno letti con attenzione.

Fig. 6 - Numerosità degli iscritti alle Social Street in Italia (Gruppi Facebook) per città (confronto gennaio 2017 - gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Milano, capitale delle social

Sebbene il fenomeno social street sia interessante in tutte le sue sfumature e declinazioni territoriali, a Milano lo è in maniera particolare. Milano, metropoli del Nord-Italia, da sempre terra di immigrazione più che di emigrazione, scelta più per necessità lavorative che per piacere, meta quotidiana per tanti *city user*, si è progressivamente impoverita dal punto di vista delle relazioni sociali, in particolare tra vicini di casa. Milano è

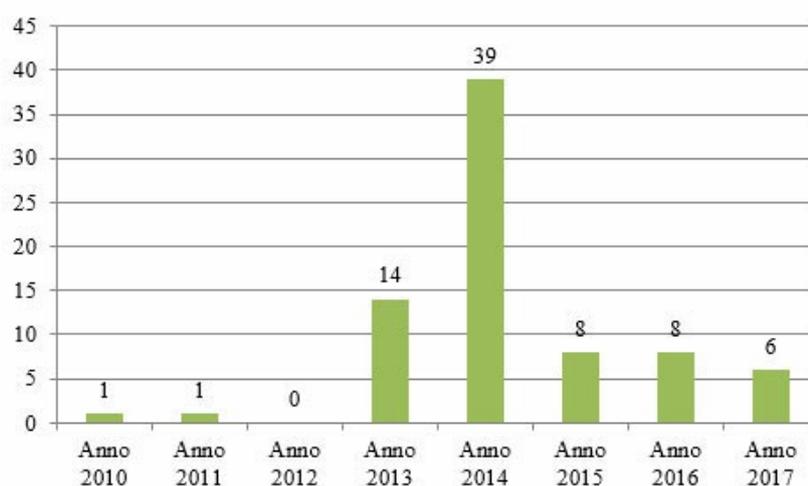
attraversata da ingenti flussi umani, ovvero transitano professionisti, studenti fuori-sede, pendolari, migranti/profughi/ricipienti asilo, turisti. Ma ci sono anche coloro che hanno deciso di viverci, di radicarsi nella città, di lavorarci, di farci famiglia, di farci crescere i propri figli. Sono molto spesso proprio questo secondo gruppo di persone che non accettano lo stato delle cose, l'imbruttimento delle relazioni sociali, l'indifferenza che troppo spesso caratterizza i rapporti sociali di prossimità. Probabilmente è una esagerazione pensare che 7 vicini su 10 non si parlano a Milano<sup>3</sup>, ma sono tuttavia molti i condomini, gli eco-mostri in cui non ci si conosce, non ci si parla sullo stesso pianerottolo, non ci si guarda in faccia in ascensore, non si sa che volto abbia il nostro vicino spazialmente più prossimo. Le ragioni sono tante e diverse. Sicuramente indifferenza, disinteresse e mancanza di tempo. Ma anche diffidenza, paura. Quanto si potrebbe vivere meglio se potessimo far conto sui nostri vicini di casa? Per piccole cose, così come per esigenze più importanti che nel quotidiano possono presentarsi.

Milano, così come molte altre metropoli italiane, ha bisogno di socialità e scommette sulle social street. Ci sono molti segnali che consentono di affermare che Milano era pronta, da tempo, per raccogliere la sfida social(e). A ben vedere, nella metropoli meneghina – contraddistinta da sempre da innovazione, creatività e sviluppo, oltre che un riconoscibile modello di welfare ambrosiano – esistevano già delle esperienze di socialità ibride tra il virtuale e il reale. La prima, che si trova a cavallo tra il Municipio 1 e 8, è quella del *Quartiere Paolo Sarpi*, un gruppo Facebook avviato addirittura nel gennaio del 2010, che conta oltre 7.000 iscritti nel mese di gennaio 2018, che si è successivamente riconosciuto nel movimento delle social street. Oltre a quello del Quartiere Sarpi, a Milano erano attivi i gruppi di *Milano Via Savona Zona Tortona Sociale* (novembre 2011), *Residenti in via Bixio a Milano* (giugno 2013) e *Residenti in via Marco D'Oggiono* (settembre 2013). Nel caso

di Via Savona, l'amministratrice Claudia Franco ha sempre mantenuto una propria autonomia, restando più in generale una strada sociale 2.0, senza confluire nel movimento delle social street.

Rispetto alle 77 social attive oggi: se guardiamo l'andamento di crescita del fenomeno a Milano, è evidente che il boom si è registrato nell'anno 2014, in cui sono state avviate ben 39 social street. Nel 2017 sono state aperte 6 social (Fig. 7).

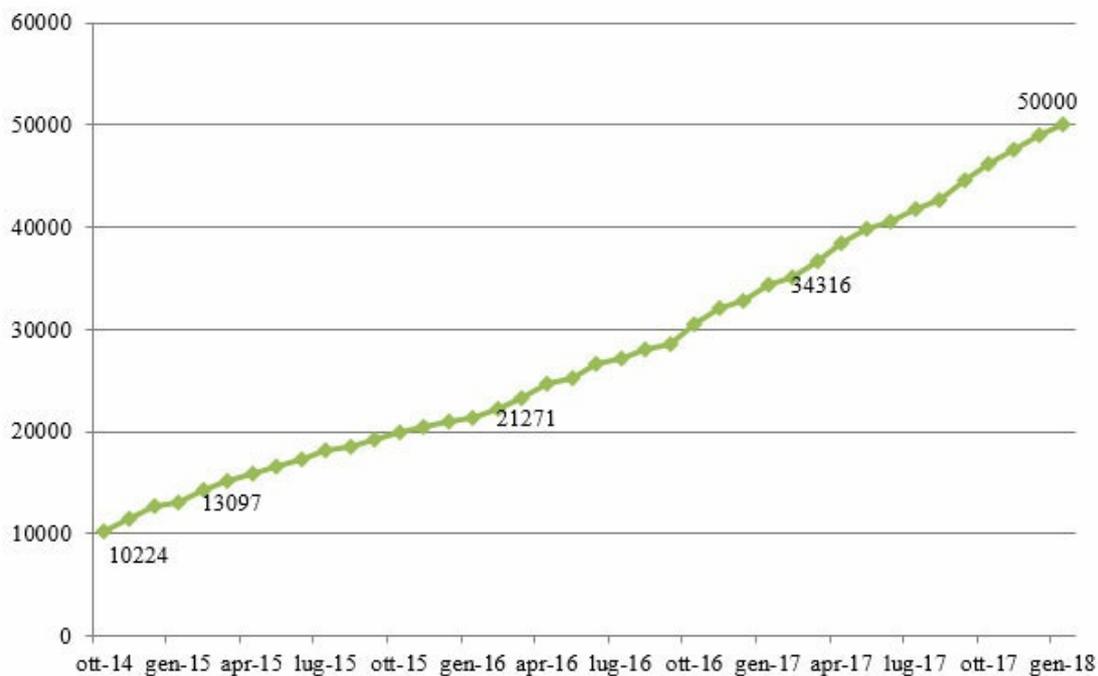
Fig. 7 - Evoluzione fenomeno Social Street nella città di Milano (anni 2010-2017 - aggiornamento gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Con i suoi oltre 50.000 iscritti ai gruppi Facebook, Milano è la città più social d'Italia. Ma sappiamo bene che sarebbe ingenuo fermarsi ai numeri, soprattutto in fenomeni come questi, in cui spesso si osserva un gap significativo tra chi partecipa online e chi poi effettivamente partecipa anche offline. Più facile la prima, decisamente meno la seconda. Resta il fatto che gli iscritti sono molti e, ad oggi, sono sempre cresciuti, potremmo dire di circa 10.000 unità all'anno. Nell'ultimo anno gli iscritti sono cresciuti di oltre 15.000 unità (Fig. 8).

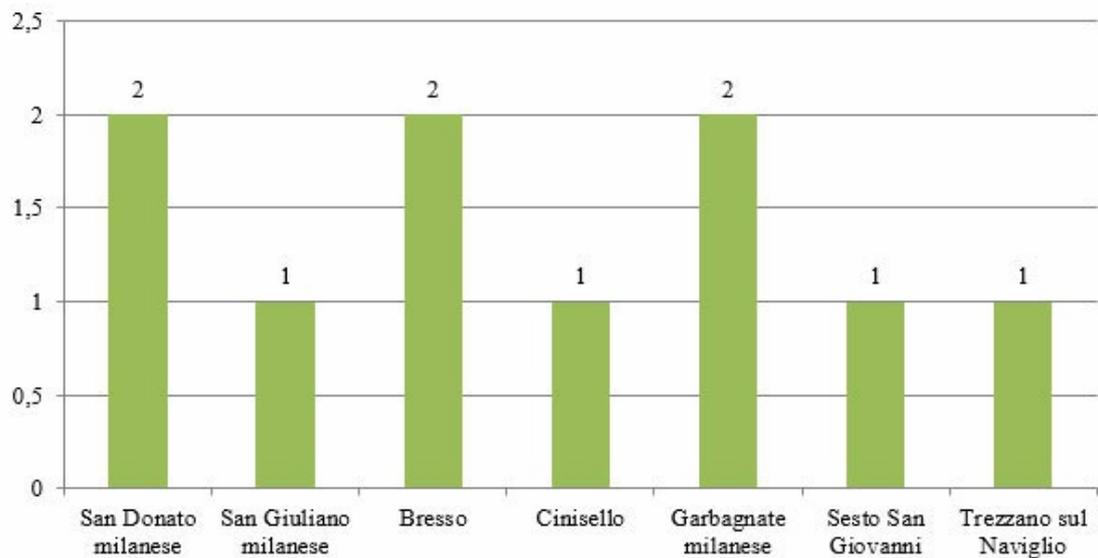
Fig. 8 - Trend di crescita totale iscritti ai gruppi Facebook di Milano - periodo ottobre 2014 - gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Milano, in qualità di città metropolitana, intercetta anche la provincia. Come hanno risposto le città dell'Hinterland al fenomeno social street?

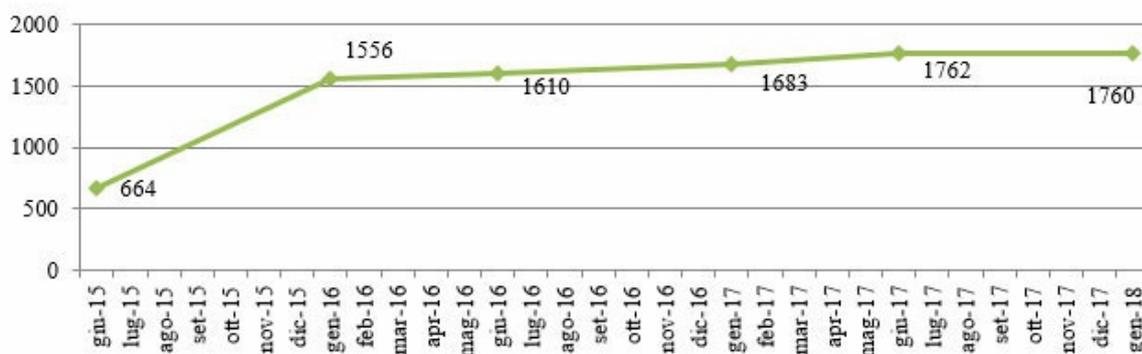
Fig. 9 – Numerosità delle social street nella Provincia di Milano (valori assoluti, gennaio 2018)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

La provincia di Milano annovera 10 social street, di cui 2 a San Donato milanese, 2 a Bresso, 1 a San Giuliano milanese, 1 a Cinisello, 2 a Garbagnate milanese, 1 a Sesto San Giovanni e 1 a Trezzano sul Naviglio (Fig. 9). Poco interessato e poco attivo, potremmo concludere. Ma, anche tanto necessario. Negli ultimi due anni il fenomeno è comunque cresciuto in termini di iscritti ai gruppi già esistenti (da 1556 iscritti nel mese di gennaio 2016, a 1683 nel mese di gennaio 2017, a 1760 nel mese di gennaio 2018), ma non sono nate tuttavia nuove social (Fig. 10). Questo vorrebbe dire che alcune di queste social si confermano come punti di riferimento per il territorio, mentre altre sono diventate progressivamente inattive.

Fig. 10 - Andamento iscritti nelle Social Street della provincia di Milano  
(periodo giugno 2015 - gennaio 2018, valori assoluti)

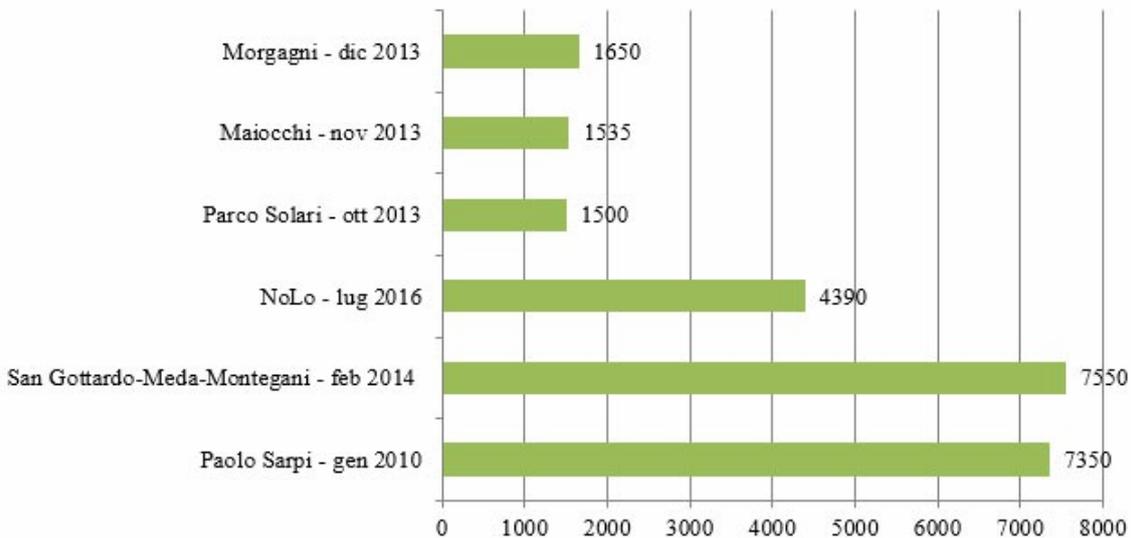


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Il territorio fa la differenza e va analizzato con attenzione. Non solo la città di Milano è più social della provincia, ma non tutta la città di Milano è social alla stessa maniera. Di qui alcune riflessioni preliminari, che è bene ribadire, e alcune più specifiche relative allo spazio urbano:

- a) Non tutte le social sono attive.
- b) Non tutte le social sono attive alla stessa maniera.
- c) Non tutte le social sono attive sia online che offline.
- d) Non sempre le social più anziane sono le più attive.
- e) Non sempre le social più anziane hanno il maggior numero di iscritti ai gruppi Facebook: come si vede dalla Fig. 11, tra le social più attive di Milano, non sempre quelle più anziane hanno i numeri più alti di iscritti. È il caso di San Gottardo-Meda-Montegani che con i suoi 7550 iscritti al momento è la prima in classifica, seppure non sia la più anziana. Al contempo Nolo Social District – una delle social più giovani – in poco più di un anno di vita ha superato i 4390 iscritti.

Fig. 11 – Alcune social attive a Milano: anzianità/numero iscritti (valori assoluti, gennaio 2018)



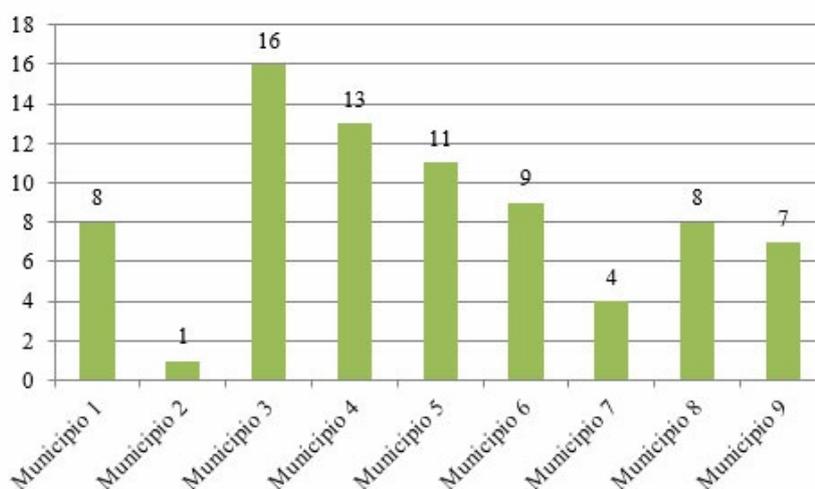
Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Le social con più iscritti si trovano concentrate nei Municipi 3,4 e 5. Ma ce ne sono anche negli altri, ovviamente. Rispetto al territorio possiamo vedere che:

f) I Municipi non sono tutti interessati alla stessa maniera al fenomeno social: inoltre alcune social street hanno una estensione particolare per cui possono afferire per una parte a un Municipio e per un'altra a un altro, come nel caso di Paolo Sarpi. Le social street non hanno confini amministrativi, sono gruppi fluidi che per definizione connettono i vicini di una strada e i loro dintorni. La classificazione che ne deriva non può essere rigida. Come si osserva dalla Fig. 12 i Municipi più interessati dalle social street sono il 3 (16 social), il 4 (13 social), il 5 (11 social) e l'1 (8 social). Ancora un volta non sono i numeri che contano e soprattutto ci richiamano a una lettura più attenta. Il

Municipio 1 ha 8 social, ma sono poco attive. Il Municipio 2 ha solo 1 social street, ossia NoLo Social District, che da sola copre un'area molto grande, quella che è stata definita la zona di Nord Loreto. Se ragioniamo in termini di Municipi, verosimilmente alcuni hanno delle caratteristiche più sociali di altri, per via della presenza di parchi, di luoghi della movida (Parco Sempione, Duomo, Navigli, Darsena, Tortona, Porta Venezia, Colonne, ecc.). Il Municipio 1 è poco social, per quale motivo? Forse perché è luogo delle istituzioni, degli affari, del commercio e del turismo – un luogo di passaggio – piuttosto che un luogo residenziale. La socialità è quella dell'attraversamento piuttosto che del radicamento, dell'abitare.

Fig. 12 - Numerosità delle Social Street attive nei Municipi della città di Milano  
- (valori assoluti, gennaio 2018)

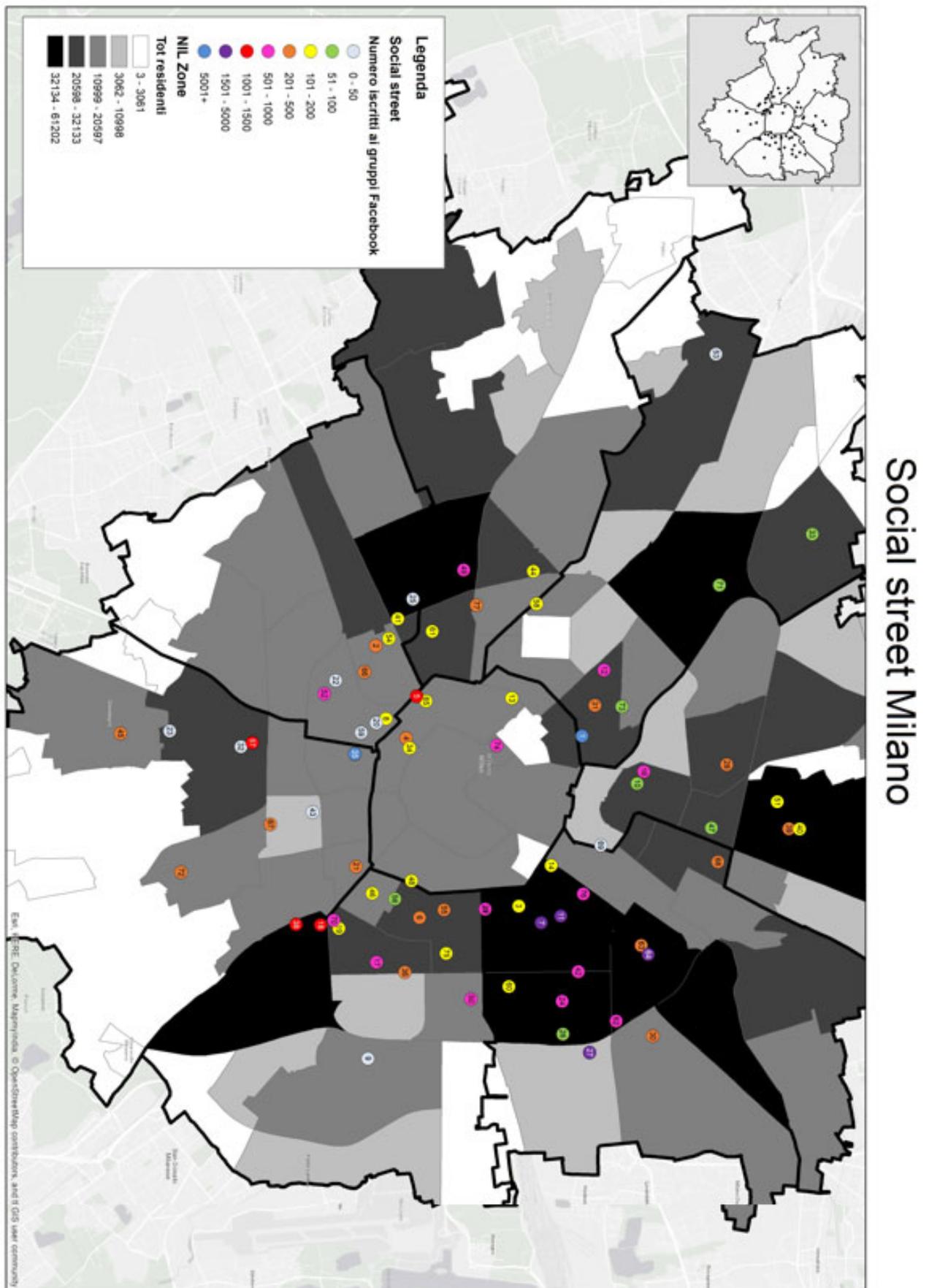


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

g) All'interno di ciascun Municipio le social street non sono distribuite uniformemente tra centro e periferia. Se posizioniamo le 77 social street all'interno della mappa di Milano, ci rendiamo

immediatamente conto di quanto non solo sia differente la concentrazione nei nove Municipi ma anche all'interno di ciascun Municipio. Le social street sono nate soprattutto intorno al confine esterno del Municipio 1, in una zona che potremmo definire intermedia, di medio-centro. Se ragioniamo in termini di NIL (Nuclei Identità Locale) che sarebbero, per semplificare, i quartieri, quelli più social sono Buenos Aires-Venezia, Tortona, Navigli e Loreto .

Fig. 13 – Collocazione delle social street nella città di Milano per NIL e Totale residenti per NIL<sup>4</sup>



Tab. 1 - Elenco delle social street censite nella mappa di Milano<sup>5</sup>

	Nome Social street	Numerosità iscritti ai Gruppi Facebook (dicembre 2017)	Colore Social Street
1	Via Sarpi	7150	
2	Milano Via Savona sociale	230	
3	Via Bizio	135	
4	Via Marco D'Oggiono	375	
5	Parco Solari	1460	
6	Via Cadore	370	
7	Via Maiocchi	1540	
8	Via Vigevano	200	
9	Ingegnoli (via Oreste Salomone)	12	
10	Via Cola Montano	62	
11	Via Morgagni	1600	
12	Via Piero Della Francesca	520	
13	Via Vincenzo Monti	155	
14	Via Pamfilo Castaldi	170	
15	Via Cenisio e dintorni	550	
16	Via Farini e isola	880	
17	La Loggia di Calvairate	805	
18	Piazza San Luigi e dintorni	1110	
19	Via Sannio 18/24	160	
20	Via Corsico	31	
21	Via Crema	300	
22	Via Della Torre	24	
23	Via Fabrizio De André	10	
24	Via Pozzio e dintorni	600	
25	Via Taziura	28	
26	Via Valvassori Peroni	85	
27	Lambrate	2890	
28	Derganesi social district	390	
29	Piazza Risorgimento	170	
30	Piazza Udine	230	
31	Procaccini, Lomazzo, Sempione	250	
32	Via Neera e dintorni	30	
33	Via Carolina Invernizio	65	
34	Via Conca del Naviglio	105	
35	Via San Gottardo, via Meda e dintorni	7370	
36	Viale Molise e dintorni	265	
37	Lambrate - quartiere Rubattino e dintorni	705	
38	Quartiere Corvetto/Bonomelli	1180	
39	via Inama	250	
40	Via Ciriè - Via Demonte	185	
41	Piazza Bolivar	160	

42	Piazza Piola e dintorni	535	
43	Via Spadolini e dintorni	32	
44	Via Martiri Triestini	165	
45	Via Missaglia e dintorni	430	
46	Via Muratori	190	
47	Via Veslia e dintorni	73	
48	Viale Monte Nero	102	
49	Piazzale Gambara	540	
50	Via Sismondi	670	
51	Quartiere Niguarda	145	
52	Quartiere Romolo	605	
53	Via Fichera	30	
54	Via Montecatini e dintorni	120	
55	Piazza del Suffragio	460	
56	Piazzale Libia	80	
57	Baia del Re (Montezani, Volvino e dintorni)	1475	
58	Via Silva, Via Monte Rosa e dintorni	110	
59	Broletto - Cusani	5	
60	Via Magolfa	110	
61	Beato Angelico	130	
62	Zona Washington	570	
63	Piazza Gobetti e dintorni	365	
64	NOLO - Nord Loreto Social District	4205	
65	Papiniano, Darsena, Corso Genova	120	
66	Via Tortona, Savona e dintorni	400	
67	Via B. Verro e dintorni	240	
68	Maggiolina - Villaggio dei Giornalisti	325	
69	Fara	9	
70	Corso Lodi e dintorni	680	
71	Villapizzone	71	
72	Vigentino	230	
73	Via Tartaglia-Monviso e dintorni	70	
74	Piazza Castello - Foro Buonaparte - Cairoli	640	
75	Piazza Grandi	155	
76	Benedetto Marcello	600	
77	De Angeli	350	

Legenda	
	0-50
	51-100
	101-200
	201-500
	501-1000
	1001-1500
	1501 - 5000
	5001 +

Alla luce della mappa (Fig. 13), potremmo dire che il centro e la periferia

nel loro complesso stanno a guardare, ma non si attivano. Per ragioni differenti. Il centro è il centro dell'economia, le periferie sono le periferie esistenziali, quartieri residenziali, per lo più dormitorio. Ci sono delle rare eccezioni, che ci auguriamo possano in futuro ispirare altre aperture. Ad esempio, nelle periferie abbiamo alcune social "storiche" particolarmente attive: Corvetto-Bonomelli, Rubattino, Lambrate. NoLo si trova nella semi-periferia, in un quartiere nelle prossimità della Stazione Centrale, in cui sono presenti diversi problemi legati al degrado urbano e sociale. Indicativamente, nei NIL semi-periferici della città sono state mappate ad oggi circa 16 social street. Nessuna è attiva nei Municipi 6 e 7. Infine, le social sono maggiormente concentrate nei NIL in cui complessivamente si registra un più elevato numero di residenti<sup>6</sup>. Su questo dato potremmo provare ad elaborare non tanto spiegazioni quanto una ipotesi: le zone dove vivono più persone sono spesso quelle del medio-centro, dove mediamente il benessere economico personale è abbastanza alto da puntare ad avere anche un elevato benessere sociale-relazionale, che può passare anche da nuove esperienze come le social street. Questa resta una ipotesi.

<sup>1</sup> Nel mese di agosto 2017, lo stesso portale Social Street International ha aggiornato l'elenco delle social street. Confrontando i dati e mettendo insieme le informazioni si ottengono numeri totali simili.

<sup>2</sup> Si ricorda che il 24 agosto 2015 la giornalista Gaia Pianigiani scrive per il *The New York Times* un articolo dal titolo *Italian Neighbors Build a Social Network, First Online, Then Off*, che sicuramente ha contribuito a far conoscere ed apprezzare il fenomeno a livello internazionale: <https://www.nytimes.com/2015/08/25/world/europe/italian-neighbors-build-their-own-social-network-online-and-off.html>

<sup>3</sup> Studio realizzato nel 2016 da Nescafé su 1800 italiani - 18-65enni, monitorati sui social network.

<sup>4</sup> La mappa seguente è stata elaborata da Martina Del Soldato, ricercatrice dell'Osservatorio sulle Social Street. La tabella è stata creata attraverso ARCGIS, che è un sistema informativo geografico prodotto da Esri, usato per la creazione e l'uso di mappe, compilazione di dati geografici, ecc. I dati sono stati georeferenziati da Arcgis per mezzo di coordinate contenute nella tabella. Le coordinate sono state estratte attraverso un processo di geocoding generato dall'indirizzo delle social street.

<sup>5</sup> Le social street sono state numerate con un numero progressivo, in base alla data della loro attivazione.

<sup>6</sup> Occorre specificare che il dato rappresentato nella mappa di Milano si riferisce al numero complessivo degli abitanti per NIL e non alla densità demografica per NIL.

## **Capitolo 4**

### **L'album delle social street di Milano e provincia**

di Cristina Pasqualini

Oggi la città di Milano ha 77 social street attive più 10 in provincia, ciascuna con la sua storia, con i suoi streeters, con i suoi progetti, con i suoi fondatori e i suoi amministratori. Proprio perché tante e diverse tra loro, abbiamo pensato di ascoltare la testimonianza diretta dei fondatori/amministratori di tutte le social di Milano e provincia che si sono resi disponibili e collaborativi, senza escludere nessuno. Mediante una intervista semi-strutturata sono state ricavate informazioni attendibili e approfondite su questa esperienza. Gli intervistati hanno messo bene in luce sia i punti di forza sia le criticità di un fenomeno che li ha visti esposti e impegnati in prima persona, per poco o per lungo tempo, in passato e, per molti, ancora nel presente. Gli stessi fondatori-amministratori hanno caratteristiche differenti, che proveremo a ricostruire utilizzando le loro stesse parole. I loro racconti compongono l'album delle social street di Milano e provincia.

#### **Lo stato di attività e di crescita (online) delle social street**

Iniziamo con qualche necessaria definizione, che ci aiuteranno nella lettura di questo fenomeno, complesso da studiare, per via della sua natura

fluida, continuamente mutevole, oltre che a metà strada tra l'online<sup>1</sup> e l'offline, tra il digitale e l'analogico. In particolare, lo stato (attivo/non attivo/latente) e il trend di crescita dei gruppi (positivo/negativo/standby) sono due indicatori attraverso i quali possiamo analizzare le social street e farci una idea sul fenomeno più in generale:

1. Prendere in esame *lo stato di attività online* delle social street significa osservare se gli iscritti ai gruppi Facebook postano messaggi, interagiscono tra loro, commentano, ecc. Se gli streeters postano, commentano, anche saltuariamente, lo stato di una social si definisce Attiva (A), se gli streeters da più di tre mesi non postano alcun messaggio, ovvero il gruppo sembra abbandonato, ma risulta ancora aperto, lo stato si definisce Latente (L). Infine, può accadere che dei gruppi, anche attivi, vengano chiusi, per le ragioni più diverse. In questo caso lo stato è Chiusa (C).

2. Prendere in esame *il trend di crescita online* delle social street significa, attraverso monitoraggi mensili, verificare se ci sono delle variazioni significative rispetto alla numerosità degli iscritti nei gruppi Facebook. Il trend è Positivo (P) quando mensilmente il numero degli iscritti cresce, è Negativo quando decresce (N), ovvero progressivamente le persone escono dal gruppo, è in Standby (S) quando la numerosità rimane costante per un lungo periodo.

Fatte le doverose premesse, come si presenta la situazione?

Tab. 1 – Stato attività e trend crescita (online) delle social street di Milano e Provincia (valori assoluti)

<b>Milano</b>		
<b>Stato di attività online</b>		
ATTIVA	LATENTE	CHIUSA
66	11	10
<b>Trend di crescita online</b>		
POSITIVO	STANDBY	NEGATIVO
64	8	5
<b>Provincia di Milano</b>		
<b>Stato di attività online</b>		
ATTIVA	LATENTE	CHIUSA
7	3	0
<b>Trend di crescita online</b>		
POSITIVO	STANDBY	NEGATIVO
4	6	0

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Come si evince dalla Tab. 1, nella città di Milano le social attualmente operative sono 77 mentre 10 sono state chiuse. Tra quelle aperte, 66 sono attive online, mentre 11 vivono uno stato di latenza. Rispetto alle 77 social street attive/semi-attive, ben 64 mostrano un trend di crescita positivo online, mentre 8 una condizione di stallo e 5 un trend negativo. *Nella stragrande maggioranza dei casi le social milanesi sono attive online e hanno un trend di crescita online positivo.* La provincia di Milano ha meno social street rispetto alla città di Milano. Non solo, delle 10 mappate, 7 sono attive e 3 latenti; 4 hanno un trend di crescita online positivo mentre 6 sono in

standby. *Anche in Provincia, sebbene su numeri più contenuti, le social presenti sono in stragrande maggioranza attive online e hanno una crescita online semi-positiva, ma comunque non negativa.*

### **Lo status di fondatori/amministratori delle social street**

Sarebbe interessante misurare lo “stato” di attività online dei fondatori/amministratori per vedere quanto spesso postano nei gruppi, cosa postano, perché postano/non postano, quando e come commentano, come gestiscono le conversazioni difficili. Almeno in parte, si è cercato di rispondere a queste domande attraverso una azione di ricerca specifica, realizzata attraverso la Net-etnografia sui gruppi più attivi di Milano<sup>2</sup>. In questo capitolo, oltre a dire quanti sono i fondatori/amministratori a Milano e provincia, andremo maggiormente in profondità nelle loro storie personali. Possiamo innanzitutto distinguere tre figure:

1) *Fondatore*: colui che ha avuto l’idea di avviare una social street, aprendo concretamente un gruppo Facebook. Le social possono avere uno o più fondatori, che per definizione rimangono tali, per sempre. Può accadere che un fondatore, con il tempo, chiuda la social o se ne disinteressi, oppure, come avviene nella maggioranza dei casi, svolga il ruolo di amministratore, da solo o insieme ad altri. Nella città di Milano, *rispetto alle 77 attive, abbiamo 87 fondatori* – che nella maggior parte dei casi, ma non sempre, sono anche e ancora amministratori dei gruppi. Mentre la maggioranza dei gruppi sono stati avviati da una sola persona, alcuni sono il frutto di collaborazioni di almeno due persone, talvolta amici/coniugi/compagni/parenti/vicini/colleghi. Tra questi 87 fondatori, 52 sono femmine e 35 sono maschi. Nella città di Milano

esiste un gruppo Facebook riservato ai fondatori/amministratori di tutte le social presenti sul territorio. Attualmente fanno parte di questo gruppo 113 membri. Un luogo di confronto importante, uno spazio in cui si può condividere un problema o cercare una risposta da chi sta vivendo una esperienza simile alla tua.

2) *Amministratore*: colui che quotidianamente ha il compito da solo o insieme ad altri di moderare le discussioni all'interno dei Gruppi Facebook. Le social sono gruppi informali e orizzontali: gli amministratori pertanto sono facilitatori, non impongono nulla agli altri, non prendono decisioni "importanti" per il gruppo senza averlo prima consultato. Gli amministratori condividono una linea "aperta", ma al tempo stesso scrupolosa, del rispetto delle poche ma precise regole che il gruppo si è dato, sin dalla sua costituzione, che sono del resto le linee guida di Social Street International. Spesso si incontrano offline per discutere dell'andamento del gruppo Facebook, oltre che per mettere in cantiere possibili eventi ed incontri da realizzare con i vicini di casa. Incontri peraltro aperti a tutti gli streeters. Alcune social hanno anche chat parallele in cui si prendono alcune decisioni pratico-organizzative. Agli amministratori spettano anche alcune decisioni organizzative importanti, del tipo se bannare qualche streeter molesto o cancellare qualche post off topic. A ben vedere, gli amministratori svolgono un ruolo molto importante in quanto preservano il gruppo da attacchi esterni e disgreganti (trolling, hate speech, fake news) che possono minare la coesione del gruppo stesso. Gli amministratori sono soggetti a forti turnover. Nella maggioranza dei casi rinunciano al loro ruolo in maniera discreta, altre volte si assiste a delle vere e proprie cerimonie di passaggio. C'è da dire che quello dell'amministratore non

è un ruolo particolarmente ambito, perché richiede molte energie e tempo. Insomma è un vero e proprio impegno, che gli amministratori svolgono gratuitamente. Nel mese di gennaio 2018 gli amministratori delle social di Milano sono 185 e in provincia 10.

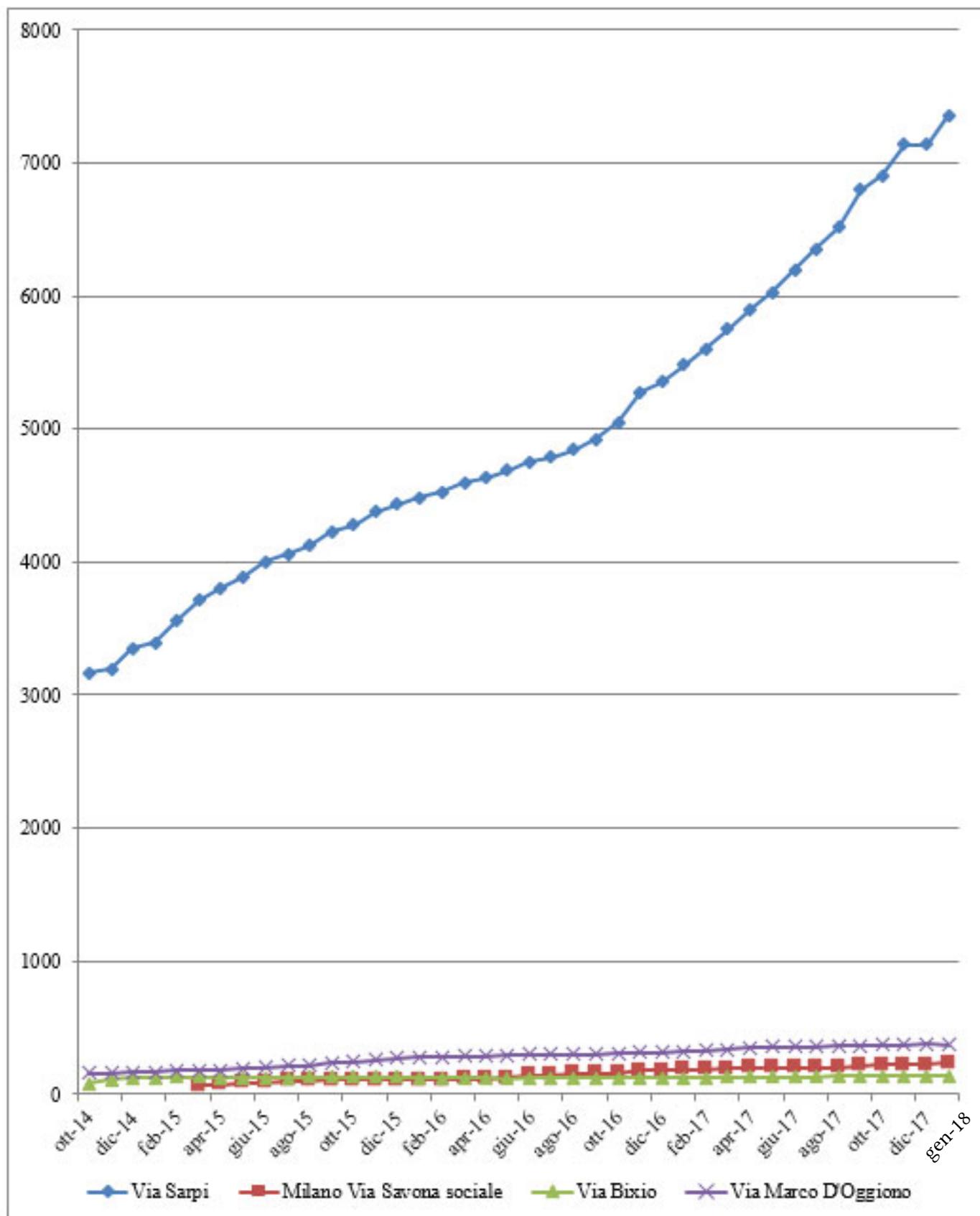
3) *Moderatore*: questa figura è preposta a moderare i post all'interno dei gruppi Facebook. Un ruolo che si è aggiunto recentemente, rispetto a quello degli amministratori. Nel mese di gennaio 2018, i moderatori sono soltanto 4, ma verosimilmente cresceranno in futuro.

Le persone che abbiamo intervistato sono nella maggioranza dei casi i fondatori, che sono anche spesso amministratori, ma anche gli amministratori *tout court*, che si sono aggiunti nel tempo. Di queste persone rendiamo noti i nomi. La loro storia personale si intreccia per tante ragioni diverse con la storia della social street. Di seguito, presentiamo “il concentrato” di ciascuna intervista raccolta<sup>3</sup>: non potendo pubblicarle in forma integrale per ragioni di spazio, abbiamo cercato comunque di restituire il senso e il sapore di ogni esperienza, i tratti dei fondatori/amministratori, le caratteristiche della strada/quartiere e delle persone che ci abitano, le esperienze realizzate con i vicini attraverso la social street, i punti di forza e di debolezza riscontrati cammin facendo.

Quelle di seguito sono le storie delle social street che hanno innovato, che stanno contribuendo, con il loro piccolo pezzettino, al cambiamento della città di Milano.

## Le social pioniere (pre-Fondazza) a Milano

Fig. 1 - Trend di crescita online delle social pioniere (pre-Fondazza) di Milano (serie storica ottobre 2014 - gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 2 – Le social pioniere (pre-Fondazza) di Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper tura	Muni cipio	Fondatore	Num amm	Iscrit Ott 2014	Iscrit Gen 2015	Iscrit Gen 2016	Iscrit Gen 2017	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
1	Paolo Sarpi	Gen 2010	1-8	Alessandro La Banca	2	3166	3391	4480	5483	7353	A	P
2	Savona sociale	Nov 2011	6	Claudia Franco	2	/	/	110	185	235	A	P
3	Bixio	Giu 2013	3	Nito Trasciatti	3	80	120	123	124	138	A	P
4	Marco d'Oggiono	Set 2013	1	Elena Dal Pra	1	151	165	275	319	373	A	P
Legenda: Stato: A = Attiva, L = Latente Trend: P =Positivo, N=Negativo, S=Standby												

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Paolo Sarpi – Quartiere di Milano, Italia

Quello di Paolo Sarpi è il primo gruppo Facebook di quartiere a Milano, il più vecchio e longevo. Nasce nel 2010 con il nome *Quartiere Paolo Sarpi Milano Italia*, con l'idea di partire sperimentalmente dal proprio quartiere e via via estendersi alla città di Milano, fondamentalmente per mettere in connessione le comunità locali residenti, italiane e cinesi. In un quartiere già ricco di associazioni – per lo più di commercianti, con finalità economiche – Alessandro La Banca, milanese doc, sente l'esigenza di avviare un gruppo con finalità di socialità. Questa è la vera novità, la vera operazione innovativa. E, instancabilmente, si impegna quotidianamente a “imprimere un'idea più salutare” in un tempo faticoso come quello che viviamo. Nel 2013, quando arriva da Fondazza l'onda Social street, Alessandro si interessa, si informa, trovando diversi punti in comune con il suo progetto. Il gruppo *Paolo Sarpi – Quartiere di Milano, Italia* che connette i residenti a cavallo tra il Municipio 1 e 8, è amministrato da Alessandro, per lo più da solo, talvolta aiutato da suo fratello. Oltre a definire le regole in maniera chiara,

soprattutto di condotta – la famosa netiquette – si è avvalso di filtri, perché, come dice lui stesso “il razzista è sempre dietro l’angolo così come la persona che non sa stare in un ambiente comune”. Non sono ammessi post e commenti razzisti, niente commenti irrispettosi, niente eccessi politici. Sebbene si siano presentate alcune occasioni in cui gli animi si sono scaldati, il dibattito è stato ogni volta moderato con autorevolezza. Chi non sta alle regole è pregato di uscire dal gruppo o, come talvolta può accadere, viene bannato. Non si può escludere che siano trolls. “Le parole fanno male più di uno schiaffo”, pertanto è cosa buona regola usarle correttamente. Alessandro è pratico con la rete e con i social network. Gestisce anche un mercatino online, che conta oltre 15.000 iscritti. Da Facebook vuole tirar fuori il meglio, perché riconosce che ha della potenzialità enormi. Il gruppo di Paolo Sarpi ha superato i 7.300 iscritti, un numero importante, che cresce con ritmo costante negli anni. Sintomo che le persone trovano informazioni importanti nel gruppo, che si trovano a loro agio. Un’altra ragione della numerosità del gruppo – oltre al fatto che ha oltre 6 anni di vita – può essere rinvenuta nella porzione di territorio che vuole connettere: non tanto una strada ma un intero quartiere, come recita il nome stesso della social street. Questo gruppo funziona bene a livello virtuale, ossia è una vetrina online. Non mancano tuttavia occasioni per incontrarsi offline. A dir la verità non è facile organizzare incontri di gruppo con un gruppo così grande. Alessandro non ne organizza esplicitamente. Ma non mancano di certo le occasioni di socialità in Paolo Sarpi. Lo intuiamo dal gruppo Fb e ce lo conferma Alessandro, classe 1976, che di lavoro fa l’agente immobiliare, proprio in Paolo Sarpi, dove vive da sempre. Un quartiere che conosce bene, a cui è affezionato, che ha visto pian piano cambiare: prima i piccoli negozietti, l’artigianato, poi il crollo e l’insediamento, lento ma progressivo, della comunità cinese. Sin da piccolo frequentava la comunità cinese, sua mamma

aveva un negozio in Sarpi in cui lavoravano assieme, italiani e cinesi; aveva compagni di classe cinesi, mangiava a casa loro. Con il tempo, Alessandro ha visto crescere il risentimento degli italiani nei confronti dei cinesi. I primi chiudevano e i secondi si rafforzavano. In realtà hanno solo saputo rispondere meglio alla crisi economica: si sono aiutati tra loro invece di ricorrere alle banche. Al netto dei cambiamenti, oggi come ieri:

Se uno lo vive bene il quartiere, se vive serenamente la via, questa zona rispetto a tante altre di Milano è quasi un paesino, perché ci si conosce tutti, ci si parla tutti. Non so se sia derivato ultimamente ancor di più da questa pagina di Quartiere, che offre più possibilità di conoscersi. Poi magari questo è il mio punto di vista; ovunque vado c'è qualcuno che ogni tanto mi ferma, mi dice qualcosa, quindi la vivo proprio come un quartiere. Anche la mia ragazza mi dice sempre: "Veramente sembra di stare in un paesino perché vi conoscete tutti, ti conoscono tutti". È bello. È veramente bello. È proprio una realtà di vita meno frenetica (Alessandro La Banca).

Tempo fa, tra i progetti di socialità discussi nel gruppo Facebook di quartiere c'era la proposta di realizzare una cena di quartiere allestendo in Paolo Sarpi un tavolo lunghissimo, apparecchiato di un unico colore. Sul colore delle vettovaglie il gruppo ha discusso per un po'. Tutti entusiasti dell'idea. Nello specifico, non saprei dire tuttavia come si è conclusa la partita. Riqualficata di recente e diventata pedonale, Sarpi è meta di passeggio per residenti e turisti. Molte iniziative di strada si realizzano nel quartiere, con cibo, musica, un connubio di tradizioni italiane e cinesi che si incontrano. A margine di una festa, un giovane posta nel gruppo delle foto e scrive un commento: "Un bella e inusuale festa di via. Italiani curiosi dei strani cibi di strada cinesi e cinesi che mangiano felici le caldarroste". Quella di Sarpi è una realtà interessante e il Gruppo Facebook dedicato al quartiere è un caso concreto di cittadinanza attiva interculturale e interetnica, dal momento che raccoglie le esigenze e mette in relazione gli abitanti della *chinatown*, italiani e cinesi. Se la strada è di chi la abita, tutti hanno il diritto

di esprimersi e il dovere civico di impegnarsi per una buona convivenza. Tra i cinesi, sono soprattutto le seconde generazioni ad iscriversi, nati e cresciuti non solo in Italia ma in questo quartiere, si sentono radicati e rivendicano pertanto il loro senso di appartenenza anche impegnandosi.

Pensando al futuro, Alessandro vorrebbe organizzare un mercatino in strada, ma anche un concerto con una street band. L'idea potrebbe essere anche quella di aprire una associazione, ma al momento, anche per questione di mancanza di tempo e di impegni lavorativi, preferisce mantenere esclusivamente il gruppo in questa forma. Il quartiere è abitato in prevalenza da italiani, perché anche i pochi cinesi che ci abitano hanno la cittadinanza italiana. Sono invece molti i cinesi che ci lavorano soltanto e per vivere scelgono altre zone, meno costose. Il proprio quartiere, anche grazie al gruppo Facebook, è descritto come eterogeneo, complesso e unito. Tre parole chiave importanti, che costituiscono una bella sfida oggi, la sfida più urgente, che può dare grandi soddisfazioni. La forte presenza di comunità cinesi, afferma Alessandro “ci rende un po’ aperti al mondo”.

### **Milano via Savona Zona Tortona Sociale**

Nel Municipio 6, in via Savona, nel mese di novembre 2011, Claudia Franco, piemontese – che di lavoro fa l'autrice indipendente per stampa e web – dà avvio alla sua esperienza di strada sociale. Cinquantenne, coniugata senza figli, vive a Milano dagli anni Ottanta e, dal 1986, nella sua attuale casa di ringhiera, che considera il suo “nido sui tetti”. Vive nella sua casa spesso da sola in quanto suo marito è un lavoratore fuori sede. Per lavoro è stata una pioniera nell'uso dei social media. Infatti nel 2011, navigando in Rete, incappa in una Streetbank inglese di vicini di casa. Ne rimane incuriosita e affascinata. Al contempo Giuseppe, un edicolante

all'incrocio con via Tortona, che era diventato il “grande saggio nonché lo psicologo della via, chiude i battenti: una figura fondamentale, portatore sano di gioie e dolori della zona e confessore privato su strada. Il suo spazio minuscolo era punto di ritrovo, di chiacchiere, un punto di riferimento, una comfort zone, sempre aperta a tutti”. A seguito di queste due esperienze, Claudia pensa di aprire un gruppo su Facebook che possa connettere i vicini di casa, farli incontrare e collaborare: lo chiama *Via Savona Street Bank*. Si tratta di un gruppo pubblico di Facebook, che non utilizza piattaforme/social network ad hoc. Negli anni successivi, cambia il nome del gruppo in *Milano via Savona Zona Tortona Sociale*. Viene a contatto con la realtà delle social street, ma decide comunque di restare indipendente, preferendo essere un gruppo pubblico, piuttosto che chiuso. Di fatto è una strada sociale 2.0 a tutti gli effetti, dove circola sia la sharing economy che l'economia del dono, in cui le persone condividono, si scambiano favori, ma non necessariamente debbono voler socializzare, incontrarsi. Talvolta, afferma Claudia, può aver senso che i rapporti rimangano virtuali. Via Savona ha delle caratteristiche interessanti: le case di ringhiera facilitano la socialità di vicinato, i bagni comuni ancora presenti sui ballatoi restituiscono la presenza di una socialità passata che è ancora presente e può essere potenziata. Ad esempio, perché non mettere nei bagni comuni, molti dei quali sono stati chiusi, delle lavatrici ad uso condiviso dei condomini? Perché non pensare di avere un solo wifi di condominio? Perché non fare un gruppo d'acquisto di condominio? Queste sono le domande di Claudia. Ma i tempi sono pronti per passare da un modello di vita individualista a uno social-collaborativo? Chi abita in via Savona? A quanto pare, potrebbe essere la zona giusta per innescare un cambiamento di questo tipo. Una zona che negli anni Ottanta era ancora piuttosto popolare, poco ambita e pertanto economica. Oggi appare solo parzialmente gentrificata – restano ancora un buon numero di

anziani – abitata progressivamente da persone come Claudia che nella vita fanno mestieri creativi, intellettuali, le nuove professioni metropolitane, in cui si lavora spesso da casa, connessi in Rete. Una zona social(e), ad alta densità di movida, adatta per giovani, per single, per coppie senza figli più che per famiglie:

Abitando in via Savona, io, ma non solo io, faccio da sempre vita di quartiere, nel senso che si tende a frequentare soprattutto le persone che abitano intorno, quindi è capitato spesso di andare a cena da un vicino e io stessa ho fatto svariate cene last minute con gli amici della zona. Era così anche pre-Social Street. La via non è cambiata tanto da quando io ne ho memoria. Un giorno ho trovato un anziano che ha iniziato a descrivere cosa c'era prima nel mio caseggiato e sono rimasta ad ascoltarlo con interesse. C'erano bottegucce, artigiani. Adesso ovviamente non ci sono più, ma la via ha mantenuto una sua atmosfera da "villaggio metropolitano" e non è troppo snaturata, per ora. Parlo ovviamente della prima parte che conosco meglio, ovvero partendo da Coni Zugna, perché in fondo mi hanno detto che è tutto cambiato, la zona più periferica è diventata di moda, molto chic. Sotto casa ci sono locali in stile vintage o di lusso ma ci sono anche nuove piccole botteghe di stiliste bravissime e va molto lo street food, che mi sembra sia anche la peculiarità della via (Claudia Franco).

Ad oggi il gruppo di via Savona conta circa 235 iscritti. E per il futuro?

Via Savona Sociale è in movimento e si darà all'azione, per ora non ho grandi cose da raccontare su quello che è stato fatto, a parte cerco e offro, scambi di informazioni e ritrovamenti di bestie smarrite, il che comunque regala gioia! Se dovessi esprimere un desiderio, visto che è una via piena di gente che lavora da casa e in ambiti artistici, e in qualche modo posso mettermici dentro anche io, in questo momento di crisi e di cambiamenti epocali mi piacerebbe trovare idee che ci tirino un po' su tutti, combinare qualcosa che sia utile e dilettevole. Vaghe intuizioni ci sono, bisogna fare progetti comuni concreti. Ci proveremo? Mi piacerebbe fossero sempre aperti i cortili e gli spazi comuni e avere più attenzione al green, ma forse è un'utopia. Mi piace quando vedo i vicini che cenano in spazi comuni. Diciamo incentivare l'uso creativo degli spazi comuni che abbiamo a disposizione, sia all'interno dei cortili sia sulla strada (Claudia Franco).

Una strada sociale 2.0 per Claudia dovrebbe aiutare le persone che ci abitano ad avere dei punti di riferimento, oltre ad una vita più sostenibile economicamente. Un gruppo come quello di via Savona, se utilizzato bene, può aiutare veramente i vicini di casa a tagliare dei costi di gestione quotidiana e ad avere una vita di qualità superiore. Una strada social(e) è

utile, costruttiva, economicamente vantaggiosa e sostenibile.

### **Residenti in via Bixio a Milano**

Il fondatore di questo gruppo è Nito Trasciatti – nato, per motivi lavorativi familiari, in Ecuador, vissuto in Argentina, New York e in diverse altre parti del mondo, tra cui Monza e Milano, in via Bixio. Giovane padre di due bambini, probabilmente in concomitanza anche della nascita del primo genito, sente l'esigenza di radicarsi nella città di Milano, nel suo quartiere, nella sua via. Ingegnere delle telecomunicazioni, Nito è, tra le altre cose, cofondatore, assieme a suo fratello, di *Fubles*, ovvero la piattaforma ideata per far incontrare persone e organizzare partite di calcetto. Proprio in via Bixio, esisteva già un social condominio – *Bixio 6 - The Community* – ma anche, poco distante, un social gruppo di strada in via Kramer. Sulla scorta di queste suggestioni e partendo dalla premessa che in via Bixio non conosceva poi così tanti vicini di casa, Nito avvia un gruppo su Facebook nel giugno 2013. Pochi mesi più tardi, con l'avvio delle prime social street a Bologna e Milano, si informa, entra in contatto con loro e decide di incontrare quelle milanesi. Il suo gruppo prenderà il nome di *Residenti in via Bixio a Milano*, che nel gennaio 2018 conta oltre 130 iscritti e una medio-bassa partecipazione online. A ben vedere anche Nito anticipa il fenomeno social street, nel quale si riconosce e confluisce. Da questo primo incontro con i primi fondatori delle social milanesi, avvenuto in via Maiocchi, nasce l'idea di aprire un gruppo segreto su Facebook riservato agli amministratori delle social milanesi, una sorta di gruppo di coordinamento, in cui scambiarsi informazioni, idee. Il desiderio di Nito è rendere ancora più bella e riconoscibile via Bixio, che seppure sia in zona Porta Venezia, non è così famosa e frequentata come altri luoghi di Milano. Con la social street di via

Morgagni si era già in passato interessato per realizzare in zona un campo da calcetto, per i ragazzi del quartiere e non solo. Perché in zona c'è una bocciofila per anziani e non c'è un campo da calcetto per i ragazzi? Sono due servizi differenti, entrambi utili. Tra le prime iniziative di Nito, nel 2014, c'è stata quella di pubblicizzare la social street direttamente sulla strada, mediante un graffito ad acqua che recitava: *Questa via è una Social Street. Unisciti a noi. Cercaci su Facebook. Via Bixio a Milano Social Street.* Una spesa autosostenuta, perché le social street non ricevono finanziamenti, non hanno una cassa comune. Il graffito, che a mio parere è utilissimo, è durato circa 20 giorni. La mia proposta sarebbe di renderli permanenti, quanto meno. Perché chi passa e chi non sa, può venire a conoscenza di questa possibilità in più. E anche per il passante/turista può essere utile sapere che si sta attraversando una social street. Quanto meno, utile per avviare una riflessione personale.

Un'altra iniziativa di Nito, sempre del 2014, è stata realizzata grazie alla collaborazione con la Start Up *WiMan*, che consente di condividere legalmente tra vicini una stessa rete. Scriveva Nito in un post: "La Bixio Social WI-FI è in onda! Come annunciato all'interno del gruppo i ragazzi di WiMan ci hanno spedito i loro routers per questo esperimento sociale. Come vedete grazie alla vicinanza è possibile mettere in condivisione anche la rete. WI-Man è Wi-Fi libero, social, ma soprattutto facile, sia da configurare che da utilizzare. Per utilizzarlo basta connettersi alla rete wifi `FREEWiman@BixioSocialStreetm`, autenticarsi con Facebook o Google, autorizzare l'applicazione wi-man e fare like sulla nostra pagina Facebook. Da quel momento in poi potrete navigare!". Il Social Wifi consente di connettersi alla rete, se ti iscrivi via Facebook al gruppo dei Residenti della via Bixio e fai like. Anche questa idea potrebbe essere esportata da altre social street.

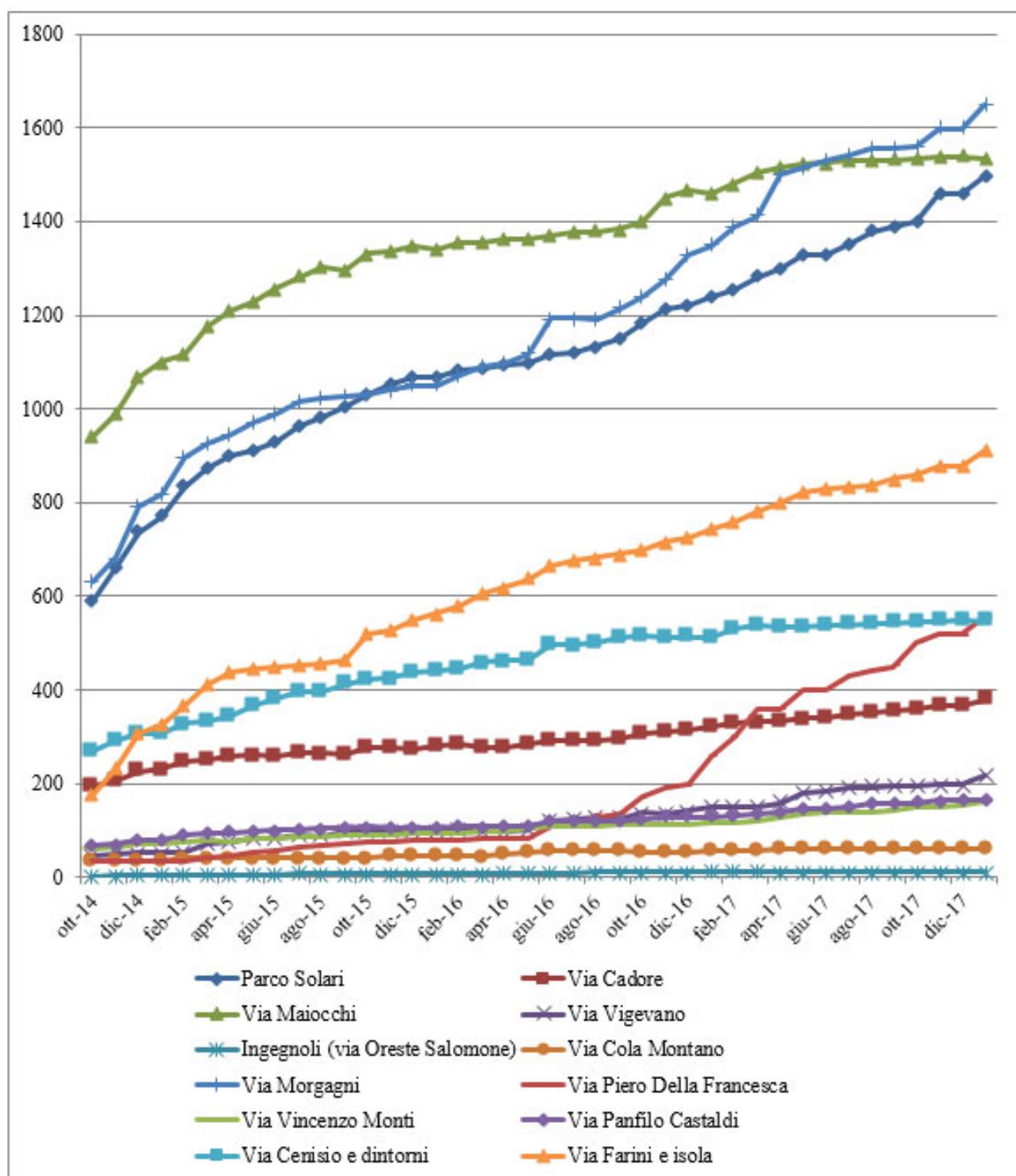
## **Residenti in Via Marco d'Oggiono e dintorni – Milano – social street**

Vicentina, Elena Dal Pra, prossima ai cinquanta, da circa venti anni vive in Via Marco D'Oggiono, a Milano, nel Municipio 1. La via in cui abita ha pochi civici e, nello specifico, la sua casa di ringhiera è particolarmente accogliente. Di carattere Elena ha la mania di fare networking, di parlare con tutti: come si dice in veneto “anche col can del pignattaro”, dice lei. Per un periodo lascia la sua casa, che affitta, e si trasferisce dal suo compagno che abita nella parte opposta della città. La nostalgia per la sua via e i suoi vicini si fa sentire e decide nel 2008 di aprire un gruppo che si chiama “*Facciamo un condominio virtuale*”, che poi ha trasformato nel settembre del 2013 nel gruppo *Residenti in via Marco D'Oggiono e dintorni*, che nel gennaio 2018 conta oltre 370 iscritti. Partecipa al primo incontro di coordinamento delle social milanesi, in via Maiocchi, insieme a Nito Trasciatti e altri streeters. Fondatrice, tra le altre cose, del social forum interno degli host di Milano di *Airbnb*, Elena avvia la sua social street e non le dedica poi molto tempo ed energie perché è già molto impegnata. Ha sperato che qualcuno se ne prendesse cura, ma, al momento non è ancora successo. D'altro canto è anche vero che la via in cui abita è già per sua natura molto sociale, a partire dal suo condominio, a cui ha fatto chiaramente ritorno appena le è stato possibile. In passato aveva avuto una idea interessante, rimasta tuttavia sulla carta: coinvolgere la signora Pina, una anziana del condominio senza nipoti a cui piace cucinare e preparare torte, assolutamente estranea a Facebook. L'idea era quella di affidarle dei bambini il sabato mattina, che avrebbero cucinato con lei, e consumare poi tutti insieme nel pomeriggio a merenda quanto realizzato. Libertà per i genitori, intrattenimento per i bambini, compagnia per gli anziani = più socialità e più benessere per tutti. Tra le ragioni della inattività della social street c'è la socialità intrinseca della zona.

Ad esempio il bar in zona, grazie al proprietario Paolo, è un punto di incontro intergenerazionale. Dice Elena. “Qui tutti passano un sacco di tempo. Per cui qui si creano una serie di relazioni, da qui parte una vera rete sociale”. La socialità è prima di tutto locale, reale. E qui c’era e c’è tutt’ora. Il social network potrebbe soltanto alimentarla maggiormente. In futuro, si vedrà. Per ora sembra non essere così fondamentale.

## Le social nate nel 2013 a Milano

Fig. 2 – Trend di crescita online delle social nate nel 2013 a Milano (serie storica: ottobre 2014 – gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 3 – Le social nate nel 2013 a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper tura	Muni Cipio	Fondatore	Num Amm	Iscrit Ott 2014	Iscrit Gen 2015	Iscrit Gen 2016	Iscrit Gen 2017	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
5	Parco Solari	Ott 2013	6	Lucia Lanzoni Trabucchi	4	591	771	1069	1240	1498	A	P
6	Cadore	Nov 2013	4	Irene Cristini	2	194	231	280	321	380	A	P
7	Maiocchi	Nov 2013	3	Lucia Maroni	13	943	1100	1340	1460	1535	A	P
8	Vigevano	Nov 2013	6	Bianca Maria Bettoli	1	48	52	102	151	219	A	P
9	Ingegnoli	Dic 2013	3	Stefania Di Mella	1	3	6	8	14	12	A	N
10	Cola Montano	Dic 2013	9	Floriana Pagliano	1	34	34	47	58	62	A	P
11	Morgagni	Dic 2013	3	Francesca Fedeli	4	633	818	1051	1349	1651	A	P
12	Piero della Francesca	Dic 2013	8	Attilio Frassoni	1	34	35	80	257	556	A	P
13	Vincenzo Monti	Dic 2013	1	Cristina C.	1	60	74	94	116	163	A	P
14	Panfilo Castaldi	Dic 2013	1	Valentina Subioli	1	70	80	107	130	166	A	P
15	Cenisio	Dic 2013	8	Davide Aiello	1	271	308	441	513	547	A	P
16	Farini-Isola	Dic 2013	9	Cris Tian/ Arianna Forcella	5	178	327	563	745	913	A	P

Legenda:  
 Stato: A = Attiva, L = Latente  
 Trend: P =Positivo, N=Negativo, S=Standby

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### **Abitanti intorno al parco Solari – Milano – social street**

Nell'ottobre 2013 nasce la social street degli *Abitanti intorno al parco Solari*, dalla volontà di Lucia Lanzoni, milanese doc, più nota nei social come Lucia Lanzoni Trabucchi. Quarantenne, bibliotecaria, due bimbi, abita da oltre trent'anni nella stessa casa, quella dei suoi genitori, da cui si è allontanata solo per pochi anni. Infatti, quando si sposa va a vivere nella

casa del suo compagno, sempre a Milano, per circa 5 anni. Nel frattempo, la casa dei suoi genitori è troppo grande per loro, decidono così di dividerla. Lucia tornerà a vivere in una metà della sua casa di origine. Conosce bene la zona e le persone, ma quando torna sente che le cose sono un po' cambiate: molti suoi amici si sono trasferiti, diversi negozi hanno chiuso i battenti, il quartiere sembra essere meno residenziale, con più uffici, più a-sociale di un tempo. Resta una zona ricca di associazioni, ma non di servizi – oltre a *Solari 40*, di biblioteche e librerie per adulti ma anche per ragazzi non ce ne sono molte nei paraggi. L'idea della social street nasce proprio nel periodo di questo ritorno alla casa del Parco Solari, in cui legge casualmente un articolo su via Fondazza. Perché non una social street per ricreare una rete di vicinanza e di relazioni utilizzando i nuovi strumenti che abbiamo a disposizione? In secondo luogo, Lucia è molto interessata alla condivisione sociale, attenzione che ha preso forma in una attività specifica: il bookcrossing – una idea nata in America nel 2001 per seguire il percorso dei libri lasciati in giro. Oltre a praticarlo da anni, amministra il sito italiano di bookcrossing. Nella sua social street, Lucia ha portato questa sua passione per i libri e la lettura. Tra le prime esigenze emerse nel gruppo c'era proprio avere una biblioteca di quartiere e installare delle cassetine di scambio libri nel Parco. Qualche tempo dopo, grazie alla collaborazione del Consiglio di Zona 6, dell'Assessorato allo sport e di Milano sport, la social street di Parco Solari ottiene una libreria di scambio all'ingresso della piscina Solari. Il Parco è un hub, un nodo eccellente, un punto di incontro a cui fa riferimento una zona più ampia. Nella bella stagione, ci si dà appuntamento al parco, all'incirca una volta al mese: per un gelato serale, si organizzano feste, si mangia assieme ai propri vicini. Per queste attività non servono permessi, autorizzazioni, basta l'educazione e il buonsenso. Altrimenti, ci si incontra nei caffè letterari della zona, in altri locali o anche a casa di Lucia, che in

questi anni ha ospitato diverse iniziative, molto spesso legate anche al food e alla beneficenza – come la prima cena milanese con un cuoco siriano e la volontaria Susy Iovieno, che da anni segue e promuove un progetto di sensibilizzazione su questi temi. La social cresce in fretta, le amministratrici cercano di fare un po' di selezione in ingresso, utilizzando qualche filtro, assicurandosi che le persone che fanno richiesta di accesso vivano in qualche modo la zona – ci abita, ci abitava in passato, ci lavora o quanto meno ci passa il tempo libero. Nel gennaio 2018 gli iscritti sono circa 1500 e diventa impegnativa la sua gestione. Proprio per questo le amministratrici assieme ai vicini decidono di avviare dei sotto-gruppi: le Mamme di Solari, il Verde, il Club del Libro, ecc. Nella social è attivo anche un mercatino cerco/offro, sia online che offline. Nel primo caso è possibile chiedere agli altri vicini in prestito o in regalo oggetti, ad esempio. Nel secondo caso, i proventi di alcuni mercatini organizzati in zona sono andati per progetti di cooperazione internazionale a favore della popolazione siriana, ma anche per i profughi nei centri milanesi – passando dal Mezzanino della Stazione Centrale all'hub di via Sammartini. La zona del Parco Solari è molto bella, il parco è ancora frequentato, nonostante l'imponente e invasivo cantiere di realizzazione della M4, che resterà aperto per 8 anni, abbia gravato su parte di esso. La social street ha già prodotto un impatto sulle relazioni di vicinato. Dice Lucia: "Io ho questa sensazione di quartiere dove la gente si conosce di più. E poi ci si aggrega per interessi. [...] A me ha cambiato la percezione del quartiere non della città. In tanti si meravigliano che una milanese doc abbia avuto l'esigenza e l'idea di aprire una social street. Perché no?". Per Lucia la social street è condivisione, rete e rapporti umani. Di cui sente l'esigenza. Lucia è una streeters della prima ora: ha partecipato alla prima riunione di coordinamento delle social street milanesi in via Maiocchi nel lontano 2014, ha preso parte ai tavoli partecipati avviati dal Comune di Milano nel 2015,

che hanno portato all'Albo dei gruppi informali. "Niente politica e nessun cappello" sono due punti fermi. Dalla Pubblica Amministrazione si aspetta essenzialmente delle facilitazioni burocratiche, perché in passato ha dovuto impiegare troppe energie per organizzare delle feste al parco con i vicini. Ha dovuto passare da 7 diversi uffici per imparare che le locandine si possono affiggere ai pali e non agli alberi. Ora lo sa, e sarà tutto più facile in futuro, da un punto di vista organizzativo.

### **Residenti in Via Maiocchi e dintorni – Milano – Social Street**

Nel novembre 2013, Lucia Maroni, originaria di Varese, già a Milano da 8 anni, di cui 3 in via Maiocchi, decide di avviare proprio in questa via la sua social street. Anche per lei il problema da risolvere è quello di non accettare di vivere in un condominio e in una via di sconosciuti. Appena arrivata nel suo condominio si era interessata con l'amministratore rispetto alla possibilità di mettere una bacheca nell'atrio del condominio – a spese proprie – che fungesse da cerco/offro/banca del tempo. Le fu risposto che le bacheche servono per le comunicazioni condominiali e che non poteva pertanto essere autorizzata nell'impresa. Fatti i conti con la delusione, un anno dopo, a novembre appunto, si presentò una nuova occasione per rimettere a tema la questione socialità di vicinato: viene a conoscenza che a Bologna Federico Bastiani nel settembre 2013, quindi appena due mesi prima, aveva aperto, in via Fondazza, la sua social street. Le sembrò da subito la soluzione al suo problema. Una soluzione concreta, facile da realizzare, tanto che pensò: "Se funziona lì, non vedo perché non deve funzionare qua. E quindi sono partita!". Anche per via dei suoi studi prima alla Scuola d'Arte drammatica Paolo Grassi (a cui seguirà una laurea alla Bicocca, con una tesi sulle social street) e il suo lavoro al Teatro Ringhiera

sviluppa una buona capacità organizzativa e comunicativa, che le saranno utili per avviare e amministrare la sua social street, che oltre ad essere una delle più grandi e attive di Milano è anche quella con il maggior numero di amministratori: ben 13! La gestione della social, soprattutto in fase di avvio, è stata, più che complicata, impegnativa in termini di tempo da dedicarle: per facilitare le cose si è deciso di incontrarsi ogni lunedì sera, per un aperitivo al Bar Stoppani, dove chi può va o quanto meno i vicini sanno che si tratta di un evento fisso: l'*Apedì*. Oltre a questo “momento rituale”, in cui si prendono decisioni in maniera allargata, orizzontale e democratica rispetto agli eventi e iniziative, gli amministratori trascorrono quotidianamente almeno un'ora in chat, che sia Facebook o WhatsApp, dove si discutono problemi ordinari, quali gli accessi, la gestione della pagina Facebook, ecc. La social street di Maiocchi ha ben presente la questione dell'inclusività, è consapevole che Facebook non può raggiungere tutti. Anche se, gli anziani della zona sono “tosti”, basti pensare alla signora di 94 anni, ex insegnante di inglese, che il sabato mattina organizza corsi di conversazione avanzata al bar o a casa sua, gratuitamente, a gruppi di 10/15 persone alla volta. Ma per essere il più inclusiva possibile, la social Maiocchi ha predisposto presso il Bar Stoppani una bacheca in cui vengono riportate e aggiornate le attività della social street, in cui si possono lasciare messaggi di richiesta e offerte di servizi, oggetti. Insomma, un modo analogico di comunicare. Aver eletto come punto di riferimento della social street un Bar della zona e un aperitivo settimanale come occasione di incontro vuole essere anche questa una scelta inclusiva. Ci si può incontrare anche senza consumare e le consumazioni sono alla portata di tutte le tasche. Questa scelta sottolinea una particolare sensibilità e attenzione nei confronti di tutti.

Le occasioni di incontro tra vicini ci sono state in passato e continuano ad esserci in maniera rituale, occasionale e organizzata. Dopo appena un mese

dalla sua nascita, la social Maiocchi ha organizzato una festa di benvenuto ai vicini, essenzialmente per conoscersi, a casa di una vicina che ha messo a disposizione un grande locale di cui è proprietaria. A questa prima festa hanno partecipato oltre 200 persone, tra cui molti anziani, raggiunti attraverso il volantinaggio, i quali hanno vissuto l'evento con grande naturalezza, come se stessero recuperando una cosa che facevano già da giovani. La social street Maiocchi cerca di combattere la mentalità che si è diffusa negli ultimi anni, ossia di essere diffidenti con gli estranei, di non aprire la porta di casa a nessuno. Un progetto realizzato in questo senso si chiama "Case aperte", in cui alcuni vicini hanno aperto le loro porte di casa e organizzato delle attività, a numero chiuso, a cui ci si poteva iscrivere: cucinare assieme, tornei di playstation, ecc. Non è una questione di spazi, ma di disponibilità: Lucia ha condiviso i suoi 27 metri quadri. Un'altra importante ritualità che questa social street rispetta è il festeggiamento di alcune ricorrenze, tipo il compleanno del gruppo. Il primo anno è stato festeggiato a casa della vicina, che si era già offerta per la prima festa, a cui hanno partecipato dalle 200 alle 300 persone. Altri compleanni sono stati festeggiati in strada, in prossimità del Bar Stoppani, e visto il periodo dell'anno è stato combinato con un brindisi per festeggiare l'imminente Natale. Simbolo delle feste di compleanno di Maiocchi è un Apecar vestito a festa, posteggiato in strada, carico di torte preparate dalle vicine volenterose. Se guardiamo le attività organizzate spiccano le visite guidate a mostre, le gite in città e fuori porta, a cui chiunque può partecipare, che coinvolgono solitamente gruppi di circa 20 persone. L'idea potrebbe essere in futuro, di fare "la vacanza della social street". Un altro luogo di incontro dei vicini della zona è l'orto urbano, ossia un'aiuola lasciata incolta dal Comune, che gli streeters hanno occupato e hanno iniziato a coltivare in cassette mobili, usufruendo di una sorta di "autorizzazione informale". Grazie alle

competenze e all'impegno della vicina Mariella Bussolati<sup>4</sup>, esperta di orti urbani, l'orto produce ortaggi, le spezie crescono rigogliose. I vicini seminano, si prendono cura, annaffiano come possono, con mezzi di fortuna, perché non hanno a disposizione la fontana dell'acqua. Ci si ritrova nell'orto per colazioni e merende, in cui prima si lavora e poi si consuma insieme il raccolto. Questa è un'altra ottima occasione spontanea, a costo zero, di socialità di vicinato. Inoltre, non sono mancate negli anni le collaborazioni con le altre social street: in particolare con Morgagni e Piola, che sono strade limitrofe. Ricordiamo in particolare lo *Swap party* presso la sede di un'associazione in zona. Come per altre social, anche in questa è forte la vocazione alla beneficenza. In particolare con la social Morgagni, in cui l'amministratrice Francesca ha tutti gli strumenti professionali per poterlo fare, hanno realizzato un progetto di volontariato di prossimità, per aiutare un ragazzo senza fissa dimora, che abitava proprio in strada a Maiocchi. Ricordiamo anche il Social-aperitivo di beneficenza per i profughi a Milano, così come la collaborazione in altre iniziative sul territorio.

Rispetto alle relazioni con le istituzioni locali, Lucia ha sin da subito mantenuto rapporti collaborativi, partecipando ai tavoli partecipati organizzati dall'Assessore alle politiche sociali Pierfrancesco Majorino, avviati nel 2015, che come è noto hanno portato nel maggio 2016 all'Albo dei gruppi informali. Quello che Lucia ha sempre richiesto al Comune di Milano è la possibilità di avere una figura di riferimento, un facilitatore in ogni Municipio, in modo da potersi interfacciare con qualcuno in maniera più semplice e portare a casa delle risposte e dei risultati in tempi più rapidi e con modalità più snelle di quelle vigenti.

Un'ultima questione riguarda i commercianti, che sono indubbiamente una risorsa per il quartiere, ma che non sono accettati da tutte le social. In questa social i commercianti sono molto generosi, soprattutto in occasione

di iniziative benefiche, delle feste di via. Il rapporto quindi è positivo e collaborativo. Con il passare del tempo, tuttavia, i vicini di casa di via Maiocchi, si sono mostrati più interessati alla socializzazione che al risparmio e, di contro, i commercianti hanno iniziato a praticare il *social bizz*, ossia utilizzare canali dedicati, in cui i negozianti della zona riservano delle offerte ai residenti nel quartiere. Quindi il problema della loro partecipazione e della loro inclusione nella social street pian piano è venuto meno.

Per Lucia, “se tutta la città fosse organizzata in social street potrebbe diventare il modo di vivere di tutti. È un modo diverso di abitare il quartiere, basato sulla socializzazione con le persone. È una pratica di socialità”. Le parole chiave che la contraddistinguono sono socializzazione e condivisione.

### **Residenti in Via Vigevano – Milano – social street**

Interessante la social street dei *Residenti in Via Vigevano*, avviata nel novembre 2013 da Bianca Maria Bettoli, bolognese, una giovane ventenne, studentessa alla Bocconi, fuorisede da tre anni. Di origine bolognese, Bianca Maria legge un articolo sulla social street di Via Fondazza e le viene l'idea di aprirne una sua a Milano, dove ovviamente non conosce ancora molte persone. La sua idea era di aprire il gruppo e poi lasciare che le cose accadessero spontaneamente, senza doversi preoccupare eccessivamente della sua gestione. E così ha fatto. All'inizio si è impegnata a fare del volantinaggio, ma, una volta arrivate le prime iscrizioni, ha smesso di prendersene cura. Complice il fatto che è fuorisede, che ha trascorso diversi mesi in Canada, sta di fatto che la social street è stata avviata e poi in definitiva lasciata un po' a se stessa. Gli oltre 200 iscritti non sono particolarmente attivi nel gruppo Facebook, così come verosimilmente nel

reale. Quella di via Vigevano è una zona contraddistinta da ristoranti, molti cinesi, una zona in cui anche la sera c'è socialità in strada, non è una via residenziale. E se fosse anche maggiormente social? Si potrebbe provare a crederci maggiormente, a investirci di più. L'esperienza di Bianca Maria è interessante, perché non solo racconta l'esigenza per chi arriva da un'altra città di ricreare la socialità di vicinato, ma si fa anche portatrice delle istanze di una particolare popolazione: i fuori sede. A quanto pare, anche i fuori sede sentono l'esigenza di dare senso e corpo al loro abitare nel territorio, anche se sanno che è a tempo determinato. Questo vale per i fuori sede in Italia, ma anche all'estero, come nel caso di un'altra fondatrice, che per lavoro si è trasferita temporaneamente in un altro paese.

### **Residenti in via Ingegnoli – Milano**

Molisana, cresciuta a Bologna, poco lontano da via Fondazza, ora a Milano da oltre 10 anni, Stefania Di Mella, quarantenne, da oltre due anni vive in via Ingegnoli dove ha aperto la social street. Milano non è Campobasso, non è Bologna, non è Torino, alcune delle città in cui ha vissuto: “Milano è una città che divide”, in cui fai parte o meno di alcuni gruppi se te lo puoi permettere, altrimenti resti fuori. Via Ingegnoli è una zona popolare, mista, in cui ci sono studenti, famiglie italiane e straniere. Ed è proprio questa mixité che secondo Stefania rende bella la via, perché laddove c'è mixité c'è più socialità, ci sono più scambi, rispetto a zone delle città più upper, in cui c'è più paura a entrare in relazione con gli altri. Il condominio in cui vive è sociale, nel senso che le persone si conoscono, ci sono dei momenti di condivisione – tipo il brindisi di Natale. E il trovarsi in un condominio sociale, in cui sta bene, le fa risolvere il problema per cui in origine aveva deciso di aprire la social street. Risolve la questione della

socialità, Stefania quasi si dimentica di aver avviato una social street e non se ne prende più cura. Lei non fa niente, nessuno fa niente per alimentarla e la social in definitiva, pur essendo ancora aperta, non è attiva, bensì in uno stato latente.

### **Residenti in via Gb Morgagni e dintorni Social Street Milano**

Nel dicembre 2013, Francesca Fedeli, quarantenne, milanese doc, legge un articolo su Facebook in cui si parlava della prima esperienza bolognese, nata da pochissimi mesi. L'idea le piace, le piace l'idea di avere sempre qualcuno di riferimento, e, istintivamente senza informarsi ulteriormente, decide di creare il suo gruppo e di fare volantinaggio, come aveva letto sull'articolo. Solo più tardi scoprirà l'esistenza di un sito dedicato e di altre social già esistenti anche a Milano, tra cui Maiocchi attiva da poche settimane. Cresciuta in una famiglia allargata in una casa in zona Maiocchi, da circa 5 anni vive in via Morgagni. Psicologa, arte-terapeuta, coniugata con tre figli, Francesca è una donna molto impegnata, una persona attiva, non è una solitaria; inserita nelle realtà associazionistiche della zona, conosce bene il territorio e le persone che lo abitano. La partecipazione attiva è sempre stato il suo credo. A ben vedere, non ha bisogno di altra socialità, ne ha già a sufficienza. Tuttavia quando apre la sua social stava attraversando un periodo professionale particolare, in cui aveva meno lavoro e quindi più tempo da riempire. Un volta creato il gruppo inserisce le persone che già conosce e prepara un volantino per pubblicizzare il suo gruppo. Vuole fare un volantino allegro e chiede a suo figlio di disegnare delle casette e delle persone in strada. Quel disegno oggi è il logo della social street di Morgagni. Presi i contatti con Bologna e esplorato il sito di Social street International, Francesca scopre l'esistenza della social di via Maiocchi, avviata da

pochissime settimane. Siamo nella stessa zona, nel Municipio 3. Contatta pertanto Lucia Maroni, si conoscono, parlano della possibilità della fusione delle loro due social, che alla fine decidono di lasciare distinte ma collaborative. Non è facile definire i confini di una social street. Sono le prime a porsi il problema. A differenza di Maiocchi che con le sue strade piccole ha una struttura più da quartierino, Morgagni è un vialone, con in mezzo i giardini. Le persone che ci abitano sono tante ed è difficile incontrarsi e conoscersi. Il primo incontro organizzato da Francesca è un aperitivo in un bar in zona, a cui partecipano alcuni suoi amici e qualche persona che non conosceva. Di lì a breve le persone iniziano a iscriversi e Francesca nomina due amministratrici. Il carico di lavoro e di tempo diventa ben presto impegnativo, le ore che Francesca passa su Facebook per moderare sono molte, tanto che suo marito la chiama, per scherzare “ciao Facebook” e nei momenti di particolare tensione le dice anche: “Ma perché?”, come a dire, ma chi te lo fa fare? “Perché io non so stare ferma”, risponde Francesca. Il gruppo è orizzontale, ma Francesca riconosce di avere una forte leadership, che utilizza per sedare le “risse verbali” nel social così come per decidere piccole questioni organizzative che ritiene non debbano essere oggetto di discussione allargata. La presenza dei giardini è fondamentale per le loro attività, dove organizzano pic nic, le feste di carnevale e Halloween, ma anche progetti impegnati. Collabora con associazioni con le quali realizza mercatini, swap party, una portineria di vicinato. Tra i progetti di beneficenza, Morgagni ha realizzato con Maiocchi quello di volontariato di prossimità per aiutare un senza fissa dimora che dormiva in zona, coinvolgendo anche Comunità Progetto e il Consiglio di Zona 3. In questa social, c'è il vicino Mario che pulisce l'area giochi dei bambini il sabato mattina alle 8.30. Appuntamento a cui possono unirsi anche gli altri vicini interessati alla buona causa. Nel 2017 è stato realizzato

un progetto di riqualificazione delle panchine nei giardini, una è stata deliberatamente dipinta di rosso, un messaggio di sensibilizzazione rispetto alla violenza contro le donne. Nell'agosto 2017 il sindaco Beppe Sala si è recato personalmente a vedere questo lavoro realizzato gratuitamente dai residenti. È importante per gli abitanti in via Morgagni avere i giardini, perché qui possono realizzare le loro iniziative senza chiedere permessi al Comune. Addirittura, in uno dei tanti tavoli partecipati con la Pubblica Amministrazione, Francesca ha chiesto all'assessore Majorino di istituire nella città delle *bureaucracy free*, delle aree urbane in cui è consentito portare dei tavoli, delle sedie, senza chiedere permessi ogni volta. Francesca crede che se i cittadini usassero maggiormente la città la sentirebbero più loro, un bene comune. Come hanno fatto gli anziani della bocciolina nei giardini di Morgagni: si sono presi un'area, hanno costituito una associazione delle bocce, la curano, ci hanno messo sedie e tavoli. È diventata una zona loro, aperta a tutti chiaramente, una zona anche sicura perché è sempre presidiata da loro: è un'area "nonno-sorvegliata", come dice Francesca. Che va anche bene. Forse questa è la strada: "più lo fai, più te lo fanno fare, più te la godi anche". Francesca vuole che Via Morgagni diventi la Rambla di Milano, questo è il suo sogno. Avere delle strade vive:

Il mio sogno è proprio quello, cioè di avere delle strade vive. Non è tanto che tu vieni a casa mia; perché voglio dire, a casa mia c'è già abbastanza gente. Ma è proprio quello che è fuori, che la strada si animi, che succedano delle cose per cui tu ti senti di vivere in un luogo vivace, non morto. È meno intimista, il mio scopo è molto più verso l'esterno. Per questo l'idea di organizzare il pic-nic, di organizzare la festa di carnevale, la festa di Halloween; mi sarebbe piaciuto fare il mercatino, per strada, dove ciascuno possa mettere il suo, che non sia soltanto il commerciante ma che sia aperto a tutti (Francesca Fedeli).

Per essere inclusivi, Francesca ha collocato una bacheca della social street nella panetteria, una commerciante che si è resa particolarmente disponibile, interessata e collaborativa anche in relazione ad alcune feste organizzate. In

generale quello dei commercianti è un mondo complesso, non sempre facile da coinvolgere, trovare il giusto equilibrio relazionale. Per Francesca la social street deve servire a fare rete tra i vicini di casa, non deve trasformarsi in una associazione perché quelle ci sono già sul territorio. Al contrario, la social street potrebbe sviluppare dei progetti coinvolgendo delle associazioni, se necessario; potrebbe essere utile a creare rete tra persone, associazioni e istituzioni. La social street è un mezzo, il luogo dove soggetti e interlocutori diversi si incontrano. Per Francesca la social street è una possibilità, in ogni senso: di fare, di partecipare. È libera. Se una persona vuole fare, partecipare, organizzare, conoscere, aprirsi, può farlo e ha il sostegno del gruppo.

### **Residenti in Piero della Francesca e dintorni - Milano - Social Street**

Nel Municipio 8, nel dicembre 2013, Attilio Frassoni, milanese doc, sessantenne, coniugato con tre figli decide di avviare la social street di Piero della Francesca, la via in cui abita da circa 15 anni. Dopo 35 anni dedicati al giornalismo, una volta in pensione dalla Mondadori, si ritrova con più tempo per sé. Viene a conoscenza delle social street attraverso un articolo del Corriere della Sera e successivamente si informa su internet. Si tratta di una iniziativa che amministra personalmente. Dopo aver aperto il gruppo Attilio non ha fatto molto altro, voleva vedere se nascevano delle idee, ma ci ha investito poco, sia in termini di tempo che di impegno. Più di coinvolgere gli altri, i proprio vicini di casa, avrebbe voglia che gli altri coinvolgessero lui. Attualmente la social street funziona come vetrina pubblicitaria, la maggior parte dei post che vengono fatti sono annunci di servizi. Attilio si definisce un lupo solitario più che “l’amicone”, ma anche molto determinato. In

passato, prima ancora che esistesse la social street, si è attivato in prima persona per il completamento della pensilina in Piazza Gramsci, così come da sempre è attento alla riqualificazione del quartiere. Piero della Francesca è una via molto bella, fa ancora parte delle antiche vie di Milano ed Attilio crede si possano creare delle relazioni, interessi, aiuti reciproci. La popolazione che ci abita è variegata – dai vecchi milanesi, le persone anziane, i giovani; ci sono i vecchi artigiani, i cortili, nuovi negozi, qualche nuovo negozio di tendenza, una offerta commerciale molto ampia. In Piero della Francesca c'è una doppia vita, una vita di giorno e una vita di notte, alimentata da tutti i locali che hanno aperto. Per tutte queste ragioni, Attilio credeva e continua a credere che una social street qui possa essere un volano. Probabilmente avrebbe senso la fusione tra le social di Paolo Sarpi, Lomazzo-Sempione e Piero della Francesca perché intercettano un'area contigua, perché sono tutti posti che si possono raggiungere a piedi. Dovendo fare un primo bilancio di questa esperienza, Attilio ammette che si sarebbe aspettato un po' più di reattività da parte del vicinato. Al momento la social street è un embrione, ma bisognerebbe dargli un inizio, trovare una ragione di aggregazione forte, come un progetto, una richiesta nei confronti delle istituzioni, attorno alla quale si aggregano le persone che si impegnano, si attivano a fare qualcosa. Ma questa cosa, al tempo dell'avvio della social street, non era venuta in mente al suo fondatore. La social street, dice Attilio, "è un magnifico strumento", e va gestita. Nel senso che le persone vanno sul gruppo Facebook se sanno che è attivo, che l'amministratore e i vicini postano delle informazioni con una certa regolarità. Altrimenti perché dovrebbero andarci? Attilio lo potrebbe fare, certamente, ma dovrebbe avere lo stimolo per farlo. In maniera ironica conclude:

Certo, io lo potrei fare, sì. Però dovrei avere lo stimolo per farlo. Sinceramente... Un'economia, così, volontaristica, perché? Cioè non mi gratifica. Credo che uno fa

questa cosa anche perché ottiene una forma di autogrificazione nel farlo. Non è il mio caso. La mia autogrificazione devo ancora trovarla [ride] (Attilio Frassoni).

Questa social street è particolarmente interessante soprattutto per le caratteristiche del fondatore. Il fatto che un pensionato avvii una esperienza come questa vuol dire innanzitutto che dobbiamo rivedere la nostra rappresentazione di “pensionato”. I sessantenni di oggi che si approssimano ad entrare a riposo dal lavoro sono in larga parte digitalizzati, socializzati ai social network e soprattutto sono ancora attivi. Il tempo che si libera può essere impiegato anche per attivare i rapporti di vicinato che negli anni passati, per via degli impegni lavorativi-familiari, probabilmente sono stati un po’ trascurati, poco coltivati. Come a dire che una volta pensionati i ritmi di vita diventano meno frenetici, si riscopre piacevolmente la domesticità, il vicinato, il quartiere, le piccole routine del quotidiano. E la social street può servire anche a questo, facilitare queste riscoperte, favorire la riattivazione dei legami sociali sul territorio. Non da ultimo, la social street può essere anche un ottimo antidoto alla solitudine, soprattutto per gli anziani, che sono spesso i meno mobili e più soli nelle città. Un mezzo per ricollocarsi nello spazio, per riempire il proprio tempo, per trovare nuove amicizie.

### **Residenti in Via Vincenzo Monti e dintorni - Milano - Social street**

Nel Municipio 1, nel dicembre 2013, Cristina C. avvia la social street in via Monti. Cristina è una donna affermata nel lavoro, coniugata e madre di un bambino. Casualmente viene a conoscenza del fenomeno da un quotidiano. Da poco aveva comprato una casa sul Lago d’Iseo, in una zona piuttosto isolata, in cui non conosceva nessuno. Il suo problema, un po’ come lo era stato per Federico Bastiani, era trovare dei bambini con cui far giocare suo figlio. Incuriosita, verifica sul portale di Social Street

International se esisteva già una social street in questa zona ed effettivamente non c'era. Così apre la sua social street in questo paese e, tanto che c'era, ne apre una anche in via Monti, a Milano. Con due click apre due social street. Cristina abita da 20 anni in via Monti, praticamente conosce molte persone, tanto che le prime persone che invita nella sua social sono gli amici in zona, i commercianti, negozianti. Cristina avrebbe voluto organizzare un aperitivo, una pizzata in zona, ma per vari motivi ciò non accade. Nessun altro del gruppo prende iniziativa. Il più attivo del gruppo è Andrea, l'ottico di via Monti, che ha la passione per le fotografie e posta con una certa regolarità immagini del passato del quartiere. Una via piuttosto particolare, molto vicina al centro, abitata da professionisti che lavorano e tornano a casa la sera, di persone che vivono in zona da generazioni e già si conoscono. Il livello di stanzialità è molto alto, gli anziani sono numerosi e hanno le loro reti upper. È una zona esclusiva, in cui il livello socio-economico dei residenti è elevato. Non è facile inserirsi in queste cerchie sociali. Sono molto selettive: o ne fai parte o sei escluso. Tra genitori, così come tra bambini, non ci si frequenta più nei cortili; i bambini si frequentano non perché abitano nella stessa zona ma perché vanno nella stessa scuola, nello stesso circolo sportivo, ecc. Non c'è né voglia né necessità di una social street in questa via, afferma Cristina. Probabilmente le persone si organizzano diversamente. Probabilmente la social street risponde ad alcuni bisogni e necessità in altre zone, meno upper, in cui le persone hanno necessità di aiutarsi nel vicinato. Qui ognuno provvede autonomamente a se stesso. Potremmo dire che la social street di Via Monti è partita come idea ma non si è mai concretizzata. Cristina ha anche proposto un passaggio di consegne rispetto al suo ruolo di amministratrice, ma nessuno ha raccolto l'invito. Viste le premesse, è apprezzabile che Cristina non abbia mollato, che non abbia chiuso la social, che sia ancora

amministratrice. Per lei resta una iniziativa lodevole, socialmente utilissima. In via Monti attualmente non si vive il quartiere, non c'è vita di quartiere. Forse, dice Cristina, ha senso proprio partire dai bambini per ricreare socialità nel quartiere. La social street potrebbe essere uno spazio dedicato in primis ai bambini, che possono poi far sviluppare altre iniziative: "Far socializzare loro e attraverso loro anche le famiglie. Perché poi a questa età sono loro che decidono i tuoi amici [ride]. E le famiglie hanno bisogno di spazi e luoghi sicuri dove lasciare i propri figli che richiedono autonomia". Questa social è interessante perché il territorio del Municipio 1 abbiamo scoperto essere non solo poco social ma anche poco sociale a livello di vicinato. Spesso, il livello economico delle persone sembra essere inversamente proporzionale alla loro socialità e spendibilità nel vicinato. Non dimentichiamo che proprio nelle zone più upper di Milano risiedono i milanesi del week end fuori porta, ossia coloro che in settimana sono impegnatissimi nel lavoro e nel fine settimana migrano per cercare relax nelle loro proprietà al mare, in montagna e ai laghi. Ma vivere maggiormente il territorio potrebbe portare beneficio anche a queste persone, fargli fare delle scoperte inattese, come provare benessere a vivere anche a Milano, nelle piccole cose, nella vita quotidiana di quartiere. Possiamo anche aggiungere che Milano in questi ultimi anni ha ripensato molti luoghi della città destinandoli proprio alla socialità e all'aggregazione, perché Milano sia non soltanto da lavorare ma anche da vivere, nel quotidiano e nel tempo libero – sia per chi può permettersi altre scelte sia per chi può permettersi soltanto di restare in città, durante l'anno come in estate.

## Residenti via Castaldi – Milano Social Street

Nel dicembre 2013, Valentina Subioli, venendo da un'altra città, per conoscere nuove persone decide di avviare la sua social street in via Castaldi. Nel primo anno di attività ha organizzato alcuni incontri, nella forma dell'aperitivo, ma al momento non è più molto attiva, in quanto non abita più in questa via. Ciononostante ha deciso di restare amministratrice della social, un ruolo che ha proposto a un suo ex-vicino di casa, Carlo Todeschini, che tuttavia ha rifiutato, essendo molto impegnato nel suo lavoro che lo porta spesso anche fuori Milano e non gli consente di programmare. A raccontare la social street è proprio Carlo, che è stato indicato da Valentina come uno dei membri più attivi della social. Carlo, che nella vita fa il tecnico delle luci negli studi televisivi, legge sul *Corriere della Sera* un articolo sulle social street, così per curiosità va sul portale di Social Street International per vedere se c'era la sua via. E in effetti la sua via c'era, perché Valentina l'aveva aperta da poco. Si iscrive, inizia a seguire, per informarsi, per aggiornarsi sugli eventi in zona. Non ha necessità di amicizie perché ne ha già tante. In effetti, Carlo è un milanese doc e vive in questa via dagli anni Ottanta e ha assistito a tutte le sue trasformazioni. Molti suoi amici se ne sono andati a vivere altrove, perché questa è una zona vivace, ci sono molti ristoranti, locali, bar, e quando si fa famiglia si preferisce vivere altrove. Molti proprietari, quando fanno famiglia, decidono di affittare e di andare a vivere in altre zone, in case più grandi, in zone più tranquille. Oggi questa zona è molto costosa, ci vivono i settantenni e i più giovani possono permettersi giusto un affitto, se hanno un buon stipendio. Negli anni Ottanta questa zona era diversa, la chiamavano la "Qasba", in quanto popolata da nord-africani, ma anche italiani, poco per bene. Ora la zona è stata riqualificata, ma resta cosmopolita e per questo molto bella. La social street è un luogo di incontro e un mezzo di intrattenimento. Forse in questa zona non ce n'è bisogno per i giovani, che hanno mille occasioni per incontrarsi e

divertirsi, ma può essere molto utile per le famiglie e i bambini. Le tre parole chiave scelte da Carlo per descrivere la social street sono: sociale, ludica e utile. Un cenno al rapporto con le istituzioni: quest'ultime dovrebbero restarne fuori. Le social street sono indipendenti dalle istituzioni e così debbono rimanere. Se la politica entra nelle social, il rischio è che cambino il loro vero significato. Dentro no, mentre collaborazione e dialogo sono possibili.

### **Residenti in Via Cenisio e dintorni – Milano – Social Street**

Dal servizio al Tg su Via Fondazza, Davide Aiello scopre l'esistenza delle social street e nel dicembre 2013 avvia la sua, in via Cenisio, dove lavora e vive da sempre. Nonostante sia autoctono/indigeno, Davide non conosce i suoi vicini di casa, i rapporti con i condomini si fermano al "Buongiorno e Buonasera". Ecco perché la social street gli sembra una grande idea, un uso intelligente dei social network. Come da manuale, prepara le locandine e poi apre il gruppo Facebook. Le locandine le consegna ai negozianti, a tutti quelli che incontra, le affigge ai pali, anche se poi scopre che non si potrebbe fare. Il gruppo all'inizio era pubblico e successivamente è stato trasformato in chiuso, in modo da mettere qualche filtro d'accesso. A Davide non interessa che le persone siano necessariamente residenti in zona, piuttosto che abbiano voglia di impegnarsi, partecipino, siano propositive. La social street di via Cenisio è molto estesa, è lunga diversi chilometri, in quanto va dal Cimitero Monumentale a Piazza Firenze, e intercetta anche tante viette laterali. Via Cenisio è cambiata molto negli ultimi anni. I locali che sono nati hanno portato socialità e riqualificazione. È una via viva anche di notte e si può rientrare piuttosto tranquillamente la sera, anche da soli. In zona c'è prostituzione, ma non più che in altre zone e non ha recato particolare disagio

ai residenti. È una zona in cui si vive bene, non è né un ghetto né una zona benestante. È una zona di livello medio. La linea metropolitana M5, a parte qualche disagio durante la realizzazione, ha portato sicuramente socialità, riqualificazione ai residenti. La social street ha già realizzato degli incontri, presso lo studio fotografico di Davide, ma anche in altre sedi. Alcuni vicini sono particolarmente attivi nella raccolta di giochi e beni di prima necessità che vengono poi consegnati alle comunità presenti nel quartiere, come la comunità di Villapizzone. “Le persone che fanno parte della social street hanno vissuto un cambiamento di mentalità, hanno un po’ più di fiducia nel prossimo”, afferma Davide. Perché, “far parte di una social street ti arricchisce, come fare un viaggio”. Tra i progetti per il futuro c’è quello di creare un percorso guidato alla scoperta dei punti d’interesse del quartiere. Perché a Milano, non c’è solo il Duomo, il Castello Sforzesco, i Navigli, ci sono molti altri quartieri che hanno una storia da raccontare e bellezze architettoniche da riscoprire. Questo progetto sarebbe rivolto ai residenti, ai milanesi e a tutti i turisti di passaggio in città.

### **Residenti in Via Farini & Isola – Social Street Milano**

Nel dicembre del 2013, Cristian avvia la social street di Farini-Isola, quasi per gioco. Pochi mesi dopo, Cristian scrive un post sul gruppo chiedendo se qualcuno sia interessato a diventare amministratore perché, trovandosi in un altro paese, non gli era più possibile seguire e moderare la social. Arianna Forcella – pugliese, cresciuta a Roma, a Milano dal 2009, residente all’Isola dal 2011 – decide di accettare l’invito, interessata da un punto di vista personale ma anche professionale, perché di lavoro fa la sociologa e si occupa proprio di progettazione partecipata e cittadinanza attiva. Arianna ha studiato per un periodo in Francia, dove l’esperienza del vicinato è sentita

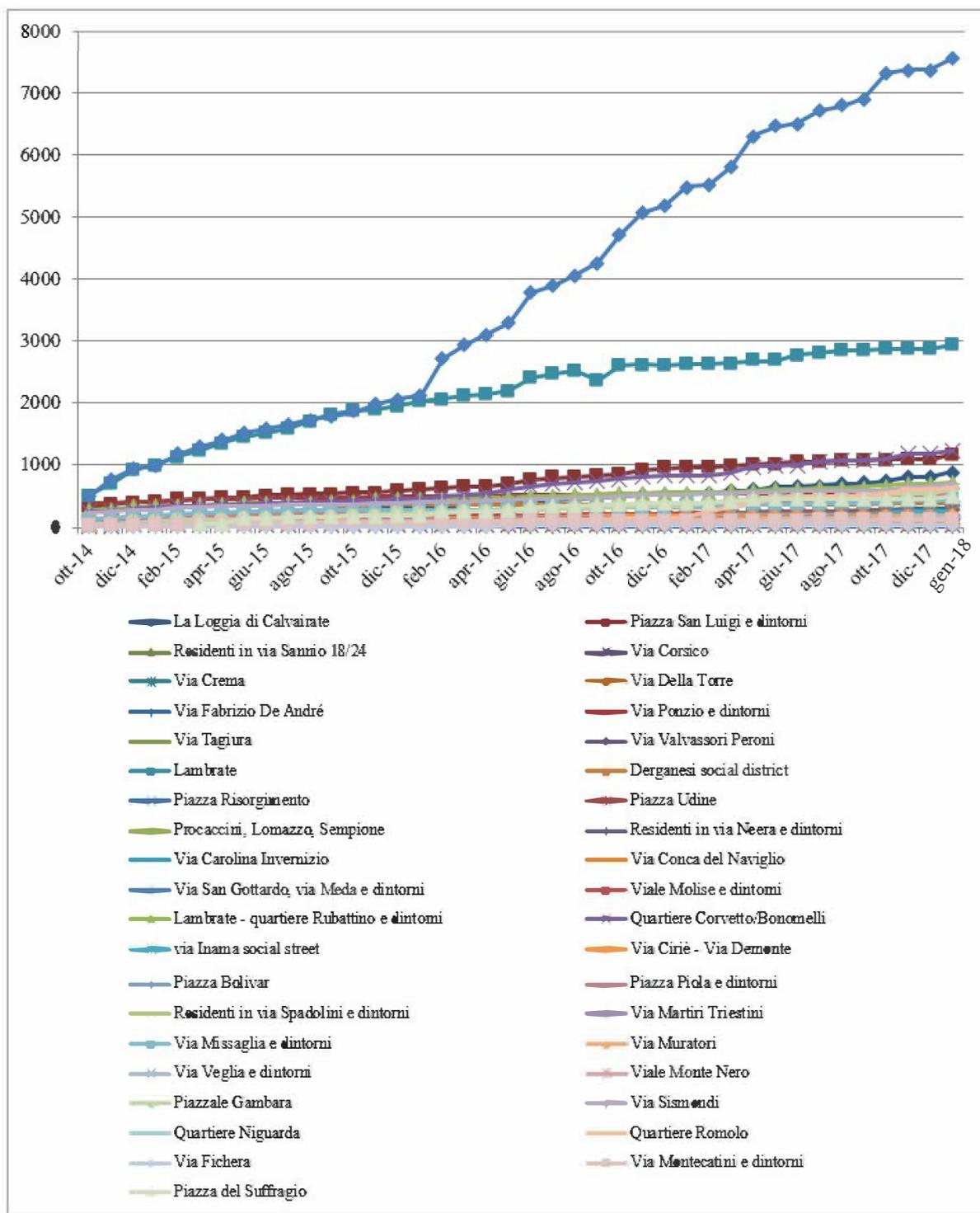
in maniera molto forte, dove esistevano già le feste del vicino, le visioni dei film nei cortili, ecc. Quando arriva a Milano, coinvolge i vicini per alcune attività, come la cura del verde. Per dire che questa vocazione alla socialità di prossimità era già presente quando si avvicina alla social street.

Fondatore e neo-amministratrice non si conoscevano prima, non si sono mai incontrati, né prima né dopo. Il passaggio di consegne è avvenuto così. Arianna conosce bene il quartiere Isola perché qualche tempo prima, per lavoro, ha avuto modo di mappare e conoscere le varie realtà associative presenti sul territorio. Quando ha accettato di diventare amministratrice, Arianna si trovava in un momento particolare della sua vita, era diventata da poco mamma. In particolare, proprio durante la gravidanza ha potuto trascorrere molto tempo nel quartiere, scoprendo persone e realtà che non conosceva e di tanto in tanto postava sulla social le cose che vedeva in giro. La social street di Farini-Isola è amministrata attualmente da 5 persone, e nel tempo Arianna ha potuto dedicare poco tempo a questa attività. Questa è una social street molto grande, in quanto tiene insieme il quartiere Farini e Isola, due quartieri molto diversi. All'inizio, Arianna aveva anche pensato di restringere la social all'Isola, la zona in cui abita e che conosce meglio, ma non se la sentiva di alterare il progetto originario. In questi anni l'Isola ha conosciuto cambiamenti importanti: il Bosco Verticale, Piazza Gae Aulenti, sono solo due esempi. Accanto al nuovo, all'innovazione, permane anche la tradizione, perché questa è una zona di case di ringhiera, a elevata socialità di prossimità. Il giardino condiviso Isola Pepe Verde è una bella realtà, nata dal basso, proprio in questa zona. L'Isola ha subito profonde trasformazione sia a livello architettonico sia a livello di cittadini: accanto ai vecchi isolani ci sono i nuovi isolani, persone come Arianna che hanno di recente deciso di abitarci. Il quartiere Farini è popolato più da anziani, emigrati. Arianna lo definisce come un quartiere di frontiera, che introduce poi a Viale

Maciachini. La social street Farini-Isola svolge una funzione più informativa che relazionale. La social street funziona da vetrina virtuale. Perché all'Isola esiste già una socialità di quartiere, nel senso che ci sono bar, ristoranti, pizzerie dove gli isolani si incontrano. Quindi i post nel gruppo social servono più per informare su tutto quello che succede, che è veramente tanto, in particolare negli ultimi anni. Organizzare incontri ad hoc sarebbe quasi una forzatura. Gli incontri che sono stati organizzati in passato hanno raccolto un medio interesse, coinvolgendo mediamente una ventina di persone. I vecchi isolani hanno la loro socialità radicata sul territorio, i loro gruppi online, le loro associazioni di riferimento e considerano la social street come un gruppo per i nuovi radical chic che sono venuti ad abitare in zona. I vecchi isolani non hanno bisogno e non sono molto interessati alla social street, perché probabilmente vivono già in una strada sociale, senza ricorrere al web. Arianna non vuole forzare la mano proponendo cose che non interessano o che probabilmente non servono, vuole vivere la social con leggerezza, perché secondo lei è questo lo spirito giusto per stare dentro questo gruppo. Il vicinato dovrebbe essere sociale, così per lo meno era in passato in molte parti d'Italia. Adesso però dobbiamo riscoprirlo, lo dobbiamo ufficializzare attraverso le social street. Ai vecchi isolani potrà anche far sorridere l'idea della social street, ma per i nuovi isolani può essere sicuramente uno strumento interessante.

## Le social nate nel 2014 a Milano

Fig. 3 – Trend di crescita online delle social nate nel 2014 a Milano (serie storica: ottobre 2014 – gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 4 – Le social nate nel 2014 a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper- tura	Mu- ni- cipio	Fondatore	Num Amm	Iscrit Ott 2014	Iscrit Gen 2015	Iscrit Gen 2016	Iscrit Gen 2017	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
17	Loggia di Calvairate	Gen 2014	4	Annalisa Turrone	3	/	/	299	539	899	A	P
18	San Luigi	Gen 2014	4	Markus Sotto Corona	4	325	413	610	968	1158	A	P
19	Sannio 18/24	Gen 2014	4	Stanislas Bonifetto/ Francesco Coccia	5	/	/	104	138	154	A	P
20	Corsico	Gen 2014	6	Jenny Natale	0	19	29	30	32	31	L	S
21	Crema	Gen 2014	4	Alessandra De Bernardi	1	74	84	121	219	304	A	P
22	Della Torre	Gen 2014	3	Sonia Colombo	1	14	28	26	23	24	L	S
23	De André	Gen 2014	5	Alice Anna Mandelli	0	7	12	11	10	10	L	P
24	Ponzo	Gen 2014	3	Letizia Rossi, Giuliana Donati	5	394	411	494	551	600	A	P
25	Tagiura	Gen 2014	6	Ilaria Pais	1	18	19	32	29	46	L	S
26	Valvassori Peroni	Gen 2014	3	Manuela D'Alessandro	1	34	40	38	64	93	A	P
27	Lambrate	Gen 2014	3	Sonia Sassella	3	516	1005	2022	2622	2942	A	P
28	Derganesi	Feb 2014	9	Giuseppe De Filippis/ Simona Di Rocco	2		137	367	361	384	A	P
29	Risorgimento	Feb 2014	3/4	Barbara Gemma La Malfa	2	65	90	105	146	183	A	P
30	Udine	Feb 2014	3	Matteo Di Felice	2	49	69	118	168	237	A	P
31	Procaccini, Lomazzo, Sempione	Feb 2014	8	Marta Villa	1	19	37	82	173	247	A	P
32	Neera	Feb 2014	5	Monica Vissicchio	1	/	/	22	31	30	L	N
33	Invernizio	Feb 2014	8	Viviana Sampugnaro	1	39	55	61	63	66	L	S
34	Conca del Naviglio	Feb 2014	1	Antonio Sirica	1	28	29	46	95	105	A	S
35	San Gottardo, Meda, Montegani	Feb 2014	5	Fabio Calarco/ Zeno Tomiolo	7	492	996	2114	5481	7553	A	P
36	Molise	Feb 2014	4	Gianluca Tarasconi	1	111	122	180	226	265	A	P
37	Rubattino	Mar 2014	3	Marina Pagani	4	280	339	444	567	723	A	P
38	Corvetto/Bonomelli	Mar 2014	4	Ivan Tafkai	1	258	318	464	836	1229	A	P
39	Inama	Mar 2014	3	Beatrice Tamborini	3	/	/	/	190	246	A	P
40	Cirié – Demonte	Apr 2014	9	Roberto Mannai	4	72	79	136	183	185	A	P
41	Bolivar	Apr 2014	6	Paola Fantaguzzi	2	47	59	99	141	166	A	P
42	Piola	Mag 2014	3	Stefania Morabito	1	116	173	259	349	552	A	P
43	Spadolini	Mag 2014	5	Patrizia Eremita	1	/	/	22	32	32	L	S
44	Martiri Triestini	Mag 2014	7	Simona VadalaP	1	74	84	131	151	160	A	P
45	Missaglia	Mag 2014	5	Marco Bertolini	5	129	189	272	327	437	A	P
46	Muratori	Mag 2014	5	Valeria Miriam	4+2 mod.	52	62	102	132	195	A	P
47	Veglia	Mag 2014	9	Matteo Clemente	2	44	53	67	74	73	L	N
48	Monte Nero	Mag 2014	1-4	Federico Retilibere	1	59	59	83	105	101	A	N
49	Gambara	Giu 2014	7	Viola Mazza	6 + 1 mod	46	103	224	349	601	A	P
50	Sismondi	Giu 2014	4	Francesca Vigliani	2	235	281	406	531	691	A	P
51	Niguarda	Lug 2014	9	Yael Reuveni	1	34	56	65	89	158	A	P
52	Romolo	Lug 2014	6	Giuseppe Salzillo	1	31	42	70	175	640	A	P
53	Fichera	Ago 2014	8	Riccardo Sini	1	12	20	24	29	30	L	N
54	Montecatini	Ott 2014	6	Angelica Maineri	2	29	41	85	101	123	A	P
55	Suffragio	Dic 2014	4	Filipetto	1	/	/	201	398	490	A	P

Legenda:  
Stato: A = Attiva, L = Latente  
Trend: P = Positivo, N = Negativo, S = Standby

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## **Residenti in Piazza San Luigi e dintorni Social Street Milano**

Nel gennaio 2014 Markus Sotto Corona avvia la social street in San Luigi, nel Municipio 4. Pochi mesi dopo, Rossana Baroni, che abita nel rione San Luigi dal 1989, che viveva già l'esperienza di una mini-social street "non formalizzata" nel suo condominio, con scambi e favori tra vicini di casa, trova per strada dei volantini che parlano della social street di San Luigi. Decide di interessarsi e di iscriversi, partecipando a un primo incontro. Markus è suo vicino di casa, prima non si conoscevano, e la sua motivazione di avviare una social street era conoscere le persone del territorio, perché essendosi trasferito da poco e facendo un lavoro che lo porta spesso fuori, non era ancora riuscito a stringere relazioni e legami significativi. Due mesi dopo, Markus la fa amministratrice. Attualmente in totale gli amministratori sono 4 e si è costituito un gruppetto di circa 20 persone/amici che collaborano con passione e costanza. La social street di San Luigi è molto attiva, in contatto con altre associazioni e con il Municipio 4. La social street è organizzata in "gruppi", affidati a diversi amministratori/vicini di casa. Non sono dei responsabili bensì dei promotori/facilitatori. C'è il gruppo sportivo, il gruppo cinema, il gruppo senior e il gruppo fotografia, arte e cultura. Quest'ultimo fa capo a Markus e Rossana. Questa divisione dei compiti è un modo per rendere orizzontale la social, per coinvolgere e rendere responsabili un numero più ampio di vicini. La social di San Luigi è particolarmente attiva. In questi anni sono stati realizzati tanti momenti di socialità, più o meno strutturati, molti spontanei, occasionali, che probabilmente non passano dal gruppo Facebook. Ci si incontra a casa di Rossana, a casa di Markus, a casa di altri, ma anche in birreria per un

aperitivo. In strada si festeggia il “social compleanno” della propria via con torte fatte dai vicini, nelle case si guarda il “film del cuore”. “Studi Aperti” è una iniziativa che ha dato molta visibilità alla social street oltre ad essere molto partecipata – oltre 200 persone. In questo evento, già realizzato almeno due volte, durante tutto un weekend un gruppo di artisti della zona aprono i propri studi alla città. È possibile realizzare una sorta di mini-tour e vedere gratuitamente queste mostre.

La social di San Luigi intercetta una zona ampia, divisa idealmente in due: la parte di San Luigi, più residenziale, e la parte che prosegue fino a piazza Bonomelli, più popolare: “Come quando vai nei quartieri grossi di Milano percepisci chiaramente le due facce della medaglia. Nella parte più popolare, che ‘sembra una specie di ghetto’, c’è impoverimento, aggravato da una concentrazione importante di extracomunitari”. In generale, pur essendo una zona multiculturale, la social street non ha ancora sviluppato un approccio alla multiculturalità, che è presente con singole persone ma non in generale. San Luigi sembra un piccolo paesino, in cui è presente un tessuto sociale, modi di incontrarsi ce ne sono: la chiesa in mezzo e negozi, laboratori, artigiani, ecc. Questo territorio, come del resto molti altri, ha conosciuto importanti trasformazioni e ha dei luoghi di riferimento importanti anche simbolicamente: la pista ciclabile fino all’Abazia di Chiaravalle, l’insediamento della Fondazione Prada, il Dormitorio di viale Ortles ora Casa Jannacci, ecc. La social street potrebbe aiutare Milano a vivere meglio, perché c’è un “decadimento umano e culturale”, dovuto anche alla chiusura di negozi e attività che prima erano un punto di riferimento sul territorio per le persone. Sviluppare attenzione e cura, che aiuti a vivere meglio in questa città: questa è la mission della social street. Comunità, impegno e allegria sono le parole chiave.

## **Residenti in via Sannio 18/24 – Milano – Social Street**

Il mese di gennaio 2014 vede la nascita della social street di via Sannio 18/24, grazie a Stanislas Bonifetto e Francesco Coccia, due vicini di casa di una realtà abitativa interessante, ovvero una casa di ringhiera molto grande, un tempo abitata dagli operai che lavoravano nella fabbrica di fronte, che in tempi di guerra costruiva pezzi di munizioni. La casa ha una forma a ferro di cavallo ed è stata ristrutturata mantenendo inalterate alcune caratteristiche originarie. Questo è un condominio sociale, in cui da sempre le persone si incontrano sui ballatoi dove spesso mangiano assieme; ogni primavera si organizza una festa in cortile in cui scendono tutti i vicini di casa. Nel condominio abitano un buon mix di giovani single, giovani coppie e famiglie. È un condominio multietnico: italiani, arabi, filippini, sudamericani. Un connubio di sapori, di colori, molto interessante, anche da un punto di vista sociale. Questo spirito sociale diffuso fa sì che ci sia un buon controllo di vicinato, che, se da un lato riduce un po' la privacy, dall'altro fa aumentare la percezione della sicurezza tra chi vi abita. Antonella Ciliberto, insieme a Stanislas e Francesco amministra la social street, oltre a far parte, come "utente" anche di quella di San Luigi, che agisce sulla stessa zona. Antonella è una giovane trentenne milanese, imprenditrice, radicata sul territorio. Di recente, con alcuni vicini ha aperto ArciOhibo, un circolo Arci, che organizza attività per adulti e bambini – concerti, mostre fotografiche, ecc. Oltre a questo progetto, sempre con i vicini di casa, Antonella ha aperto un Ostello in zona. La presenza di queste due realtà nel Municipio 4 sicuramente ha contribuito alla sua riqualificazione, urbana e sociale. Interessante sottolineare anche come dalle frequentazioni di vicinato possano nascere non solo amicizie, ma anche opportunità di lavoro, idee imprenditoriali, scambi e contaminazioni interessanti. Il condominio di via

Sannio 18-24 è sempre stato un condominio sociale. L'idea a un certo punto di trasformarlo in social street, nasce da una mera esigenza comunicativa, ovvero facilitare le comunicazioni all'interno del condominio avvalendosi del social network Facebook. Come gruppo non sono censiti all'interno del portale Social Street International perché preferiscono tenerlo chiuso al proprio condominio, non aprilo all'esterno, a persone che non ci abitano. Le comunicazioni che vengono postate nel gruppo riguardano strettamente la vita degli abitanti del condominio.

### **Social Street Residenti di Via Corsico**

Quella di via Corsico è una social street tanto interessante quanto sui generis, come ammette la stessa fondatrice, Jenny Natale, trentenne, casertana, arrivata a Milano circa 5 anni fa per uno stage a Borderline, una agenzia di comunicazione, dove ha continuato successivamente a lavorare come organizzatrice di eventi. In via Corsico lavora, non ci vive. Nel gennaio 2014 assieme a Paco Salvini, anche lui a Borderline, Jenny decide di avviare la social street, a seguito di un incontro con Alex Giordano, docente alla Iulm di Milano, che li aveva conosciuti e aveva riconosciuto nelle loro attività e nella loro mission tutte le potenzialità per intraprendere la strada social. Le basi per la social street sono state messe pochi mesi prima del suo avvio, nell'ottobre 2013 quando Borderline, che gestisce un concept store, un cocktail bar sempre in via Corsico e che ha una sensibilità alla questione della sostenibilità, realizza l'iniziativa "Instradami" insieme all'associazione Alterazioni, un evento organizzato in strada in modalità autoprodotta, a cui hanno partecipato anche commercianti e privati. Questo evento gratuito, aperto non soltanto ai residenti della strada, è stato un momento di affermazione della via, che negli ultimi dieci anni ha conosciuto importanti

trasformazioni. Si voleva far vivere alla via un valore e un contenuto apprezzabili per tutti, che fosse valore aggiunto in termini di socializzazione e miglioramento della qualità della vita. Il primo passo che Jenny fa per avviare la social street è aprire un gruppo Facebook, che tuttavia fa amministrare a Jennifer, una persona che abita in via Corsico. Provano a organizzare qualche incontro “fisico” ma non c’è molta partecipazione. L’agenzia Borderline, che si trova in via Corsico 3, è il “quartier generale” della social street, da lei partono gli input, che poi raccolgono la collaborazione di altre realtà presenti sulla via, in cui si affacciano anche la Chiesa di Santa Maria delle Grazie al Naviglio e l’oratorio La Riva – San Giovanni Nepomuceno. Qualche input più diffuso è stato riscontrato, ma sono ancora embrioni che possono crescere. La speranza, racconta Jenny, è che le iniziative nascano man mano anche da altri soggetti, non soltanto da Borderline. In strada c’è anche il Libraccio, una liuteria artigiana, cortili che si prestano allo swap party e alle cene condivise. Via Corsico in effetti si presta bene alla socialità. Una via piccola, che conta dodici civici e che grazie ad Expo 2015 è rientrata nel progetto di rifacimento delle vie della zona dei Navigli. Rispetto al caos dei Navigli in via Corsico si può trovare “un pubblico più targhettizzato, giovani e adulti alla ricerca di contenuti interessanti, non di masse che vogliono divertirsi e bere”, racconta Jenny. Dovendo fare un primo bilancio, Jenny sottolinea con un po’ di rammarico che il fermento della social street di via Corsico è andato ad esaurirsi con la fine del 2015. Il gruppo Facebook è quasi inattivo e non ci sono state iniziative significative. Conclude Jenny: “La social street nell’accezione più completa del termine è stata solo un’esperienza per via Corsico, ma il risultato è stato lo sviluppo di una via dove i residenti si conoscono quasi tutti, si respira un’atmosfera viva e c’è molta armonia e collaborazione tra le diverse attività commerciali presenti. Non è abbastanza, ma conosco realtà di

Milano dove le persone non conoscono nemmeno il proprio vicino di casa”.

### **Residenti in via Crema e dintorni – Milano – Social Street**

Nel mese di gennaio 2014, Alessandra De Bernardi avvia la social street di via Crema, nel Municipio 4. Questa è una zona ben servita dai mezzi – ci sono due fermate della metropolitana molto vicine che sono Lodi e Porta Romana – “trafficata ma non tanto”, che ha i tratti della Milano di inizio Novecento. Una zona in cui lavorano ancora diversi artigiani, piccole attività a conduzione familiare, il supermercato dietro l’angolo: “Non è una zona frenetica dove si ha la sensazione di essere schiacciati dalla metropoli. Un quartiere piacevole che ti può condurre in un attimo sia fuori Milano che nel cuore di Milano. Qua, tutto sommato, quando si inizia a frequentare la strada, la gente ti saluta, fa due chiacchiere con i vicini al bar, dal cartolaio, in farmacia. Anche se è diverso dalla socializzazione che puoi avere in un ambiente più “paesano”, anche qui c’è un clima positivo. Negli ultimi periodi stanno aprendo anche ristoranti, luoghi di incontro, caffè, prima invece c’erano solo gli artigiani che magari vivevano qua da due/tre generazioni”. È Daniela Manusardi, membro attivo della social street di via Crema, a raccontarci il suo quartiere e la social street a cui è iscritta. Prossima ai quaranta, sposata, nata a Milano, dal 2008 vive in via Papi, a due passi da via Crema. Daniela – che nella vita fa la musicista, ha una associazione e lavora tra Milano e Matera – si iscrive alla social pochi mesi dopo la sua apertura e chiede ad Alessandra, la fondatrice e unica amministratrice, di postare informazioni riguardanti la sua associazione. Questa è la ragione della sua iscrizione e, in primis, della sua partecipazione. Dopo aver vissuto i primi venti anni della sua vita in un paesino di periferia dell’hinterland milanese, dal 2008 decide di venire a vivere a Milano, dove peraltro sia lei che suo

marito lavorano. Pur abitando in una casa di ringhiera non conosce i suoi vicini. Daniela racconta che quando sono arrivati nella loro nuova casa a Milano hanno organizzato una sorta di festa di benvenuto per presentarsi, ma nessun vicino ha partecipato. Secondo lei questo è un po' il costume milanese: da un lato è difficile socializzare e dall'altro se vuoi ti puoi fare i fatti tuoi. Nel 2013 apre la sua associazione, perché si rende conto che nel quartiere mancava qualcosa legata all'arte e alla musica. A Daniela piace l'idea di fare qualcosa nel quartiere, per il quartiere. Per Daniela la social street, in quanto gruppo Facebook, è molto utile, le consente di condividere informazioni, di postare le sue iniziative, di dare visibilità alle attività che organizza in quartiere con la sua associazione. Il passaparola da solo non basta, è meno efficace del social network. In generale, nella sua esperienza, la social di via Crema è piuttosto “un tabellone, in cui uno fa annunci, non so se ci sia l'interesse di far crescere il contatto di persona”. E in effetti questa è una social che, al momento, ha prevalentemente questa funzione: condividere e scambiarsi informazioni. E funziona proprio come bacheca online di via/quartiere. La social street “è un po' come un mercato, dove ci sono le bancarelle, uno passa, guarda, dà una occhiatina, poi ci ripassa, poi rivede, poi riguarda e intanto sa che c'è”.

### **Residenti in via della Torre Milano**

Nel gennaio 2014, Sonia Colombo – cinquantenne, milanese doc, in via della Torre da oltre trent'anni – avvia la sua social street nella via in cui abita da una vita. Di lavoro fa l'impiegata in una multinazionale, lavorando nel servizio clienti è abituata a condividere informazioni. Via della Torre è una piccola via, una traversa di Viale Monza, circa a metà. Una zona tranquilla, non ci sono abitazioni di lusso, ci abitano persone che lavorano,

che sono fuori casa tutto il giorno. Non c'è una altissima presenza di stranieri, che risulta concentrata in prevalenza in un palazzo dove c'è il bar. Questa via, proprio per le sue caratteristiche fisiche, non si presta molto a creare occasioni di socialità. Non c'è una piazza, ma solo un triangolino di verde, una piccola aiuola, in cui si può fare ben poco.

Dall'apertura del gruppo ad oggi la social street di via della Torre non è cresciuta in termini numerici, potremmo dire che non è decollata e che si trova in uno stato di latenza. Da parte sua Sonia, per motivi personali e familiari, non ha potuto dedicarle del tempo, alimentarla costantemente, pubblicizzarla nuovamente; al contempo coloro che sono iscritti non hanno preso in mano la cosa, non hanno dato una mano a Sonia, non l'hanno sentita come una possibilità per loro e per la zona. Per Sonia la social street dovrebbe creare una rete tra vicini, anche di solidarietà. In particolare potrebbe essere di aiuto per le tante persone che vivono da sole: "perché è vero che a Milano siamo in tanti, però...ognuno per sé".

### **Residenti Via De André - Milano**

Nel gennaio 2014, Alice Anna Marelli, presidente di *La dea cooperativa sociale*, in via De André, in uno spazio assegnato dal Comune di Milano in seguito a un bando vinto, dà vita a una serie di iniziative, tra cui la social street, l'asilo nido, cene di vicinato per far incontrare culture diverse, attraverso i linguaggi della musica e del cibo. Lo spazio che si trova a gestire e organizzare è inserito in un contesto che non conosce, in cui tuttavia era radicato un comitato inquilini molto noto, che negli ultimi anni si era battuto per diverse buone cause, tra cui lo smantellamento dell'amianto. Alice entra in relazione con il comitato inquilini, che è uno zoccolo duro di persone impegnate, che già si comportavano come buoni vicini di casa. La

social street è un progetto della cooperativa e del comitato inquilini, ossia è stato un modo di aggregare altre persone attorno a questo zoccolo duro già presente. In questa zona sono presenti molte famiglie extracomunitarie, di diverse nazionalità e la social street ha messo a disposizione lo spazio datole in concessione dal Comune, che potremmo definire polifunzionale, per organizzare ogni due mesi circa degli incontri dal nome “Voglio farti assaggiare”, dove un gruppo di persone appartenenti a una certa etnia cucina per gli altri. Un'altra iniziativa che si vorrebbe portare avanti è un Laboratorio per immigrati, ossia incentivare il lavoro manuale, in particolare delle donne immigrate, mettendo a disposizione lo spazio una volta a settimana, tipo il sabato mattina. Una occasione per incontrarsi, conoscersi, ma anche per fare, per produrre ciò che si è capaci di realizzare, che può essere eventualmente venduto e diventare una entrata economica.

La zona di via De André è una zona mista, in cui il Comune ha mixato tra edilizia popolare e edilizia convenzionata. Poco lontano ci sono le terrazze, di ceto medio-alto. È una zona vivace, con diverse realtà associative, l'oratorio, ecc. Ciascuno prova a fare la sua parte. Compresa le istituzioni: nel Municipio è presente il tavolo sociale, collaborativo, che si riunisce ogni due/tre settimane, a cui partecipano tutte le realtà sociali. Le zone più periferiche, come questa del resto, è più difficile farle vivere, ci vogliono parecchie energie. Secondo Anna, più il quartiere è periferico più c'è diffidenza e deprivazione. In generale noi italiani siamo abituati a vivere il territorio come di nessuno, invece la social street getta dei semi per farci capire che il territorio non è di nessuno, ma è di tutti, è un po' di ciascuno. La social street può aiutare gli streeters a pensare sociale, a conoscere meglio anche coloro che sono diversi da loro, ad interfacciarsi con la loro parte umana.

## **Residenti in Via Ponzio e dintorni**

In via Ponzio, nel gennaio 2014, tre donne che abitano nello stesso condominio – Letizia Rossi e la sua compagna Laura Tellarini assieme a Giuliana Donati – aprono la loro social street, ispirandosi al “modello Maiocchi”, che conoscono bene in quanto sono in contatto con una amministratrice di quella social street. Queste tre fondatrici sono “un po’ particolari”. Nello specifico, Laura e Giuliana sono buddiste e aprono spesso la loro casa a incontri a tema. Letizia è romana e viveva sulla sua pelle il fatto di essere emigrata a Milano e di avere pochi rapporti sociali, poche amicizie; da questo punto di vista il buddismo è proprio una religione che incentiva la socializzazione. Giuliana invece è una quarantenne, a Milano da venti anni, coniugata con un figlio e di lavoro fa l’illustratrice di libri per bambini e ha un blog di attività per bambini.

Questa social si è fortemente ispirata e confrontata con la social street di via Maiocchi e ha seguito con attenzione tutti i passaggi relativi alla fase di avvio: apertura gruppo, volantaggio, primo incontro. Il primo grande incontro è stato realizzato molto presto, circa un mese dopo il suo avvio. Un evento all’Upcycle di via Ampère, un café coworking, che ha accolto la social street di via Ponzio offrendo l’aperitivo a oltre 130 vicini di casa. Dopo questo evento sono iniziate a crescere le iscrizioni. Proprio durante questo evento sono stati raccolti i desiderata e le aspettative dei vicini di casa e sono stati individuati dei referenti per ciascuna attività che si voleva sviluppare: tornei di giochi da tavolo, tornei sportivi, cineforum, ballo in piazza, colazioni, aperitivi nei locali del quartiere, ecc. Un altro filone di interesse che era emerso era legato non tanto alla ludicità ma alla cittadinanza attiva, in quanto il loro quartiere negli ultimi anni ha conosciuto un progressivo degrado, che parecchi vicini hanno denunciato sul social, ma sul quale alcuni

sono intervenuti concretamente: una signora, ad esempio, su sua iniziativa e gratuitamente, si è presa cura delle aiuole di via Pacini, rendendole gradevoli. Da parte sua, Giuliana si è occupata di creare un GAS collegato alla social street. Anche in questa social street c'è la tendenza a sedersi, ovvero molte persone vanno trascinate, non c'è una partecipazione altissima nel reale, mentre il gruppo Facebook viene molto più usato. Anche questa social funziona maggiormente nel virtuale che nel reale.

La zona di via Ponzio è nata dopo il 1900, è stata edificata tantissimo negli anni Sessanta; è piena di palazzoni in cui vivono tante persone ed è difficile conoscersi, difficilmente ti incontri per strada. Quindi questo è stato sicuramente uno dei motivi per cui si è pensato di avviare una social street in questa zona. Giuliana non conosce neppure bene chi vive nel proprio palazzo. Il suo è un super-condominio con cinque scale e in ogni scala ci saranno circa 80 famiglie. Quindi decisamente impossibile conoscersi e difficilissimo incontrarsi. Tra le attività realizzate dalla social street, nell'ambito di una iniziativa cittadina più ampia, ricordiamo un concerto di pianoforte ospitato nel cortile del super-condominio. Un evento molto bello, con le persone affacciate alle finestre; ciascuno ha portato la propria sedia in cortile. Un po' come un vecchio condominio popolare degli anni Sessanta.

Per Giuliana, una social street è un gruppo di amici nel quartiere. Le social street “possono dare un volto più umano a Milano, una rinascita delle anime del quartiere, perché storicamente c'erano e poi sono sparite; quindi ridare una identità di quartiere ad ogni zona della città. Le social street stanno facendo questo. Ricreare dei rapporti tra la gente di quartiere”. Il futuro della propria social è aperto, è tutto da scrivere: “Spero che da qui a due/tre anni non sarà un fenomeno che si sgonfi come tutte queste cose che nascono, hanno un'esplosione, soprattutto nel mondo web; spero invece che concretamente diventi un fattore di cambiamento per le realtà in cui è

inserita e di miglioramento della qualità della vita sociale. Questo, può avvenire se c'è la volontà di tutti; molte persone devono essere trascinate e se a un certo punto i trascinatori si stufano...il fenomeno si estingue. Quindi non ti so dire, potrebbe essere che tra tre anni non ci sia più niente, solo lo scheletro sul web dei gruppi, come invece siano diventate delle strutture portanti dei quartieri. Con il rischio che diventino, comunque gruppi politicizzati, perché alla fine quando si comincia ad intervenire concretamente sulla città, inevitabilmente si finisce per aver a che fare con la politica”.

### **Residenti di via Tagiura – Milano – social street**

Ilaria Pais è una giovane ventenne lecchese, che per due anni circa ha vissuto in via Tagiura a Milano, in una casa in affitto. Di lavoro fa la ricercatrice sui temi della sostenibilità in Fondazione Mattei. Studiosa ed esperta di sharing economy – tra l'altro ha partecipato al progetto SharExpo – Ilaria intercetta il fenomeno social street leggendo un articolo in internet. Proprio in quel periodo si era trasferita da poco a Milano in via Tagiura e pensa che creare una social street possa essere anche uno strumento per integrarsi, per conoscere nuove persone, per mediare e creare contatti tra vicini che magari non si erano conosciuti prima. Ad Ilaria piaceva inoltre l'idea di sperimentare concretamente un fenomeno che stava studiando. Quindi motivazioni personali e professionali si incontrano. Una volta avviata la social street – operazione che al tempo ha condiviso con il suo ex-compagno – prova ad attivarsi sia nel virtuale che nel reale, ossia posta sul gruppo Facebook e prova a organizzare degli aperitivi. Probabilmente il fatto di non avere nessun aggancio iniziale non le consente di farsi conoscere, di avviare bene la social. Il volantinaggio da solo non è bastato per farla

crescere in termini di iscrizioni e partecipazione. Inoltre via Tagiura è una piccola via, con molti anziani. Non è stato facile avvicinarli, far capire loro il progetto, a partire dal fatto che in molti non hanno Facebook e sono diffidenti nei confronti degli sconosciuti, delle novità e delle innovazioni.

La prima ad iscriversi alla social di via Tagiura è stata Paola Fantaguzzi che sebbene non abitasse in quella via era poco lontana e soprattutto interessata. Dopo pochi mesi – nell’aprile del 2014 – Paola Fantaguzzi avvierà la sua social street in piazza Bolivar, mantenendo la doppia appartenenza. Attualmente Ilaria non abita più in via Tagiura, ha comprato un appartamento poco lontano. Questo spostamento inevitabilmente ha fatto venir meno la sua presenza e la sua “presa diretta” sulla strada. Al momento il gruppo è fermo, ma è ancora aperto, non ci sono persone attive al suo interno. Che fare? Ilaria ha pensato che gli iscritti alla sua social potrebbero migrare in quella di piazza Bolivar, che diventerebbe quindi un po’ più ampia in termini di estensione geografica. Questa resta al momento una possibilità aperta. Potrebbero anche esserci altre soluzioni, altri risvolti, altri esiti inattesi. Resta il fatto che, come sottolinea Ilaria, “per molti sono quella che ha creato il gruppo e che lo deve guidare”. Ilaria era consapevole che la via era piccola, che il suo era un esperimento sociale, ma il suo obiettivo era creare delle relazioni di valore. Non si era posta l’obiettivo della quantità bensì della qualità. Ammette che si aspettava un po’ di più da questa esperienza, sperava di conoscere più persone, ma è comunque soddisfatta e non esclude di ripeterla nella via in cui è andata a vivere, in cui ha comprato casa. Quando ti radichi definitivamente il bisogno di conoscere i propri vicini diventa ancora più forte. Per Ilaria la social street è lo strumento attraverso cui creare una rete più capillare e solida in una città che ne ha bisogno. E Milano si sta dimostrando un terreno molto fertile per questi fenomeni.

## **Residenti in Lambrate – Milano – Social Street**

Sonia Sassella, nel gennaio 2014, ha aperto il gruppo Facebook *Residenti in Lambrate*. Aveva sentito parlare del fenomeno Social Street da un'amica – Caterina Filice – che aveva contribuito alla nascita della Social Street di via Maiocchi. Trasferitasi da poco a Lambrate, a Sonia era piaciuta l'idea di poter conoscere i vicini di casa, di poter fare rete, ma anche e soprattutto di creare coesione e dare vita a iniziative di quartiere. A due mesi dall'avvio della sua social, Sonia viene a sapere che qualcuno aveva aperto il gruppo *Social Street Via Conte Rosso*, che però non aveva ancora iscritti. Così conosce Fabrizio Raucci, l'amministratore del gruppo Fb, e decidono di unire le forze. Le due social si fondono: Conte Rosso confluisce in Lambrate. Successivamente coinvolgono come amministratore anche Andrea Dorta, che Sonia conosceva già personalmente e che aveva preso parte alla prima riunione del gruppo. Oggi la social Lambrate può contare sull'aiuto di altri attivissimi come Manuela Magni ed Emilia Cataldo, sempre in prima linea nell'organizzazione degli eventi della zona. Emilia è stata promotrice di un progetto molto affascinante che consiste nel portare le farfalle a Lambrate coltivando sui balconi e nei giardini piante e fiori.

All'inizio gli iscritti al gruppo erano pochi, solo le persone del quartiere che Sonia già conosceva personalmente e che aveva invitato a far parte del gruppo. Al primo incontro partecipano una trentina di persone, a cui viene chiesto cosa si aspettavano dalla Social Street, che attività avrebbero voluto organizzare, cosa avrebbero voluto condividere. Sono nate tante idee, alcune sono state realizzate, come la costituzione di un Gruppo d'acquisto solidale, il *Lambrate Social Gas*. Gli iscritti sono cresciuti esponenzialmente. In particolare, è stato registrato un significativo incremento di iscritti in occasione dei primi eventi che sono stati organizzati in Piazza Rimembranze

di Lambrate, una piazza che si presentava abbandonata al degrado e mal frequentata. Piazza Rimembranze era circondata dal traffico delle auto, utilizzata come parcheggio e per il transito della linea 33. Le panchine erano spesso occupate da famiglie di nomadi e persone senza fissa dimora, disertata dagli abitanti del quartiere che la vivevano come un luogo non sicuro. Il problema della vivibilità della piazza era molto sentito dai residenti; uno dei desiderata emersi durante la prima riunione era proprio quello di tornare a vivere la piazza. Così è nata l'idea di creare un giardino condiviso in cassette, con l'aiuto di tanti residenti che un sabato mattina sono scesi in piazza con piantine, fiori, cassette, scope e sacchi neri per ripulire. I bambini hanno dipinto le cassette e hanno preparato e lanciato *seeds bombs* (palle di terra con semi di piantine e fiori). Con l'aiuto dei più creativi – designer e architetti non mancano a Lambrate – i vicini di casa hanno costruito un bellissimo giardino in cassette. Il giardino condiviso per qualche mese è diventato luogo di appuntamento per aperitivi serali in piazza, per scambiare due chiacchiere o semplicemente per innaffiare le piante. L'evento ha dato molta visibilità alla Social Street, il numero di iscritti ha registrato un'impennata. Anche le altre realtà e associazioni della zona li hanno contattati per fare rete. Oggi è attiva ViviLambrate, che raggruppa diverse realtà associative della zona tra cui la Social Street e organizza una volta al mese il *Sabato di Lambrate*, con attività e iniziative sempre volte a ripopolare e far rivivere la piazza. La social street ha partecipato a diversi *Sabati di Lambrate* con il banco di baratto di abiti usati, iniziativa che ha riscontrato molto successo e partecipazione.

Sonia non ha moltissimo tempo da dedicare al progetto. Fa un lavoro abbastanza impegnativo – lavora nella pubblicità – e ha due bambine piccole. Non è facile per lei trovare anche il tempo per le attività del gruppo. Le idee sono tante ma servirebbe tanto tempo e supporto per realizzarle.

Comunque sono riusciti a creare uno zoccolo duro, fatto di dieci-quindici persone, che di solito partecipano agli incontri (aperitivi, ecc.). Ora bisognerebbe passare alla seconda fase, che è quella del consolidamento, cercando di coinvolgere più persone possibile rendendole attive, affidando loro responsabilità e compiti. A parte poche eccezioni (menzionate prima) la maggior parte degli iscritti è piuttosto passiva, difficilmente posta proposte o iniziative, come accade peraltro nel resto delle social street milanesi.

### **I Derganesi Social District**

Nel febbraio 2014, i coniugi Simona di Rocca – abruzzese, quarantenne, consulente – e Giuseppe De Filippis aprono su Facebook il gruppo *I Derganesi Social District*, la social street del quartiere Dergano, in cui vivono da alcuni anni, assieme a loro figlio. Fin dall’inizio hanno deciso di mantenere una certa autonomia da Social Street International, difatti non sono mappati nel loro portale, come altri, del resto. Simona e Giuseppe sono anche le anime e responsabili dell’associazione culturale no-profit DE.DE.P. (Design democratico e partecipato) che come si legge sulla pagina Facebook “diffonde il valore del design in ambiti di ricerca multidisciplinari e sociali, considera il design come strumento di coesione e integrazione sociale, capace di immaginare nuove relazioni sul territorio. Sviluppa azioni mirate a riconsiderare lo spazio urbano”. Simona e Giuseppe sono presenti sul territorio, lo conoscono bene e sono anche molto conosciuti e amati, per i loro progetti e il loro impegno nel sociale. La social street è una evoluzione di DE.DE.P., ma l’associazione fa anche altro. Simona e Giuseppe con la loro social street hanno coinvolto un quartiere intero, che è per sua natura sociale, da sempre:

Dergano è un paesino in cui le vie confluiscono nell’omonima piazza dove ci si

incontra e si socializza. Dergano è una realtà a sé: è un piccolo paese in cui bene o male ci si conosce, soprattutto relativamente alle iniziative e ai progetti di coesione e di condivisione sociale. Dergano prima era un paese, poi è stato accorpato a Milano e comunque ha mantenuto la struttura di un paese. Mi ricordo che quando sono arrivata qui, il mio bambino doveva andare al nido; mi avevano chiesto di portare delle sacchette con le iniziali del suo nome. Io sono brava a fare tutto, ma a ricamare non sono capace. Allora sono andata a comprare la sacchetta in una cartoleria e gli dico: “guardi, io sono appena arrivata, avrei bisogno di questa cosa”. La risposta è stata: “no, no, te lo faccio io, tu lascialo”. Sono rimasta sconvolta, cioè tu non mi conosci e me l’hai fatto gratis. Per cui, ho chiesto spiegazioni. E lui mi ha raccontato, che c’è questa cosa del darsi una mano, dell’aiutarsi. Poi c’è da dire che questo è un quartiere molto ciellino, molto legato alla Chiesa. Infatti Formigoni viene sempre qua. Io sono atea, quindi non mi interessa, però comunque c’è questa cosa dell’aiutarsi. Il fruttivendolo c’è da due generazioni, c’è una via stupenda dove ci sono i ceramisti. Ci sono un sacco di artigiani con cui noi facciamo le cose. C’è la Terra del fuoco, se tu devi andare a fare un lavoro, entri e non esci più. Là praticamente c’è una sala hobby a disposizione degli altri, tutta sul legno. Tu devi tagliare un bastoncino? Entri alle 9 e esci a mezzogiorno. Perché sono quattro ore di chiacchiera...Sono fatti così, sono stupendi. Sono persone in pensione e hanno aperto un’associazione, ci vuole un euro per associarsi e tu vai lì e ti fai i tuoi lavori di bricolage, ti aiutano (Simona di Rocca).

A ben vedere, allora, questa zona era già un quartiere sociale, a cui Simona e Giuseppe hanno fornito uno strumento, il web 2.0, ovvero un gruppo Facebook che serve per connettere ancora meglio i vicini tra loro, per organizzarsi, per far passare le informazioni. Ma il punto di partenza di questa social era diverso dal punto di partenza della maggior parte delle altre social. Qui la socialità di prossimità era già presente, i vicini di casa si conoscevano già. In questi anni sono state tante le occasioni di socialità: “aperitivi di condominio aperti a tutti e rete di competenze in cui ciascuno mette a disposizione le proprie conoscenze sia pratiche che teoriche”. Nel quartiere Dergano sembra quasi di stare al Sud, per il tipo di relazioni sociali che si intrecciano, per la qualità delle relazioni basate sulla fiducia e conoscenza. Alcuni dicono che sembra quasi un altro mondo, un altro modo di vivere. Per cui molta gente si trasferisce a vivere in questa zona, un po’ perché molte case sono ancora acquistabili, sono in prevalenza case di ringhiera. Inoltre hanno dismesso molti loft, avendo chiuso diverse aziende.

Il Politecnico è vicino, c'è l'Ospedale Niguarda, il parco. Insomma, un quartiere ancora a dimensione umana, potremmo dire, sia per la mobilità sia da un punto di vista economico. È anche una zona di forte presenza migratoria, in prevalenza sudamericani e marocchini. Secondo Simona, “se vivi in questa zona devi accettare la multiculturalità. Se non l'accetti vivrai sempre male. L'integrazione qui è fondamentale. O te ne vai o l'accetti. Io dico sempre questo quando mi scontro con delle mamme, scusa cioè se ti dà fastidio vattene a vivere in Porta Romana”.

### **Residenti in Piazza Risorgimento – Milano – Social Street**

Nel febbraio 2014, Barbara Gemma La Malfa avvia la social street in Piazza Risorgimento. Francesca Pitta, cinquantenne, milanese doc, giornalista, che vive in zona da oltre quindici anni, è amministratrice assieme a Barbara del gruppo Facebook. La social street viene aperta perché era abbastanza una tendenza in quel periodo e in Piazza Risorgimento non c'era ancora. Anche se in realtà non è che se ne sentisse particolarmente il bisogno. Piazza Risorgimento è centralissima, a cinque minuti a piedi da San Babila. Una zona che viene descritta da Francesca come molto bella, molto viva, di vecchi residenti e di vecchi commercianti, ma ancora molto quartiere – con molti negozi tipo il fabbro, il fruttivendolo: “un quartiere molto quartiere”. Il fatto che sia un quartiere molto vivo probabilmente ha contribuito a far crescere le iscrizioni al gruppo Facebook – oltre 180 membri – nonostante la social sia praticamente inattiva. La gente continua ad iscriversi anche se non sono state organizzate attività. Questo accade perché Piazza Risorgimento non ha bisogno di Facebook, è già una zona sociale a prescindere: “Questa è una zona vera, non hai bisogno di un social per chiedere aiuto, nel nostro caso non occorre. Secondo me noi siamo una

social street, c'è gente che si dà una mano, ci si conosce, ci si fida, ci si racconta le cose, a prescindere da Facebook". Questa è una strada sociale a prescindere dal social network. C'è un tessuto sociale di ottima qualità, in cui i rapporti tra residenti, artigiani e commercianti si basano sulla fiducia, sullo scambio di favori, sulla gratuità. Questo è lo spirito che contraddistingue da sempre il quartiere, uno spirito della collaborazione, come quando in passato, grazie alla solidarietà dei residenti, si è deciso di mettere in Piazza Risorgimento la Statua di San Francesco, per la quale chi abita in zona prova attaccamento e devozione. Lo spirito non è molto cambiato, resta quello di un tempo.

### **Residenti in Piazza Udine – Milano – Social Street**

Nel Municipio 3, in Piazza Udine – dove abita da circa 15 anni – nel febbraio 2014, Matteo Di Felice, quarantenne, che di lavoro fa l'imprenditore, avvia la sua social street. Le case in questa zona sono in buono stato, non ci sono case popolari. È quindi abitata tendenzialmente da persone italiane, con un reddito medio, dalla media borghesia. Come molti altri, viene a conoscenza del fenomeno social street dal web, verifica che non ce ne sia una nella sua via e la apre. Aprire una social street è facile, ammette lo stesso Matteo. Le difficoltà poi non sono poche: trovare degli spazi per incontrarsi e fare cose assieme, favorire la partecipazione e l'intraprendenza tra i membri/vicini, perché in molti pensano: "Va beh, mi iscrivo e poi qualcuno mi dice cosa devo fare". Una social street è una community locale, che ha una utilità condivisa, è una community senza fini di lucro, non ci sono soldi che girano. Questo può essere un problema perché alcuni fanno fatica a permettersi i soldi dell'aperitivo settimanale, piuttosto che le pizzate. È capitato che qualcuno abbia anche pensato di consumare gratuitamente,

che tanto poi avrebbe pagato la social street. Una volta aperto la social Matteo ha affrontato il primo step, ossia rilevare le aspettative e i bisogni degli iscritti e lo ha fatto attraverso un sondaggio con *Google docs* postato sul gruppo Facebook della sua social. Le aspettative emerse non sono particolarmente originali, rientrano nella sfera dell'ordinario. Il secondo step è più impegnativo, in quanto occorre proporre e realizzare delle iniziative concrete. Sono stati fatti degli aperitivi, delle passeggiate, forti del fatto che vicino Piazza Udine c'è il Parco Lambro, che consente di realizzare molte attività. Ora occorre la concretezza dei fatti, probabilmente quando si raggiungerà una massa critica più ampia sarà più probabile che almeno una percentuale significativa di questa trovi dei punti di accordo, dei punti di interesse. Dalla sua esperienza, le cose che funzionano sono sempre i rapporti *one-to-one* o *one-to-few-people*. Matteo al momento pensa che la social street di Piazza Udine non sia una esperienza di successo, perché probabilmente non è mai decollata come avrebbe voluto, come si aspettava.

### **Residenti in Via Procaccini/Lomazzo/ Sempione Social Street**

Marta Villa, originaria di Varese, trentenne, psicologa, vive a Milano da oltre 10 anni e in zona Lomazzo-Sempione da oltre 5 anni. Ha due lavori, che prova a conciliare: di giorno counsellor in uno studio e la sera barman in un locale sui Navigli. Marta non ha sempre abitato in questa zona, ma qui ha trovato finalmente un po' di identità e di radicamento, tanto che dovendo affrontare a breve un trasloco, ha deciso di cambiare casa restando nella stessa zona. Nel febbraio 2014 Marta avvia la sua social street, pensandola piuttosto grande in modo da tenere dentro tutti i suoi amici e conoscenti. Appena avviato il gruppo inserisce i suoi amici e chiede loro di fare altrettanto, ma praticamente non succede nulla. Nessuno si attiva e la social

street fondamentale non decolla. I pochi post che compaiono spesso non hanno commenti, come se nessuno li leggesse, quando in realtà sappiamo che vengono visualizzati. Nel condominio in cui ha abitato per circa 5 anni in via Lomazzo, assieme alla sua compagna, non conosce molte persone, probabilmente un paio di famiglie, tanto che se dovesse aver bisogno di una cipolla non saprebbe a chi suonare. Spera che quando andrà a vivere nella nuova casa in Giovanni da Procida, i suoi vicini siano più sociali, e lei, di sicuro, si andrà a presentare, immaginandosi già le loro facce meravigliate da cotanto inusuale gesto.

### **Residenti in Via Neera e dintorni – Milano – Social Street**

Monica Vissicchio è una quarantenne impiegata in uno studio legale, originaria di un paesino nella provincia di Cosenza. A Milano dal 2005, dal 2010 vive in via Neera, in zona Sud-Ovest, una zona piuttosto periferica, ma comunque non troppo lontana dal centro, in cui c'è molto verde, molte famiglie e pochi negozi. Monica si definisce una trapiantata a Milano, per questo non conoscendo nessuno pensava che avviare una social street nella sua via di residenza potesse essere una buona idea per conoscere altre persone. Dal momento che la sua famiglia si è allargata con l'arrivo di due bambine, Monica cercava persone con cui vivere il quotidiano, persone vicine di casa, persone che semplicemente vanno a fare la spesa nello stesso supermercato. Monica viene a conoscenza delle social street da un articolo su un quotidiano online, immediatamente va a leggere le istruzioni su come si fa ad aprirne una, presenti sul portale Social street International. Nel febbraio 2014 nasce ufficialmente la social street di via Neera. Però Monica salta un passaggio, ovvero quello di farla conoscere a tutti. Rimane incinta e il progetto si arena. Al momento nella social street sono iscritte soltanto

persone che Monica già conosce e frequenta. Il gruppo non è cresciuto negli ultimi anni perché proprio è mancata la volontà dell'amministratrice di investirci tempo ed energie nella sua promozione. Qualcuno potrebbe affiancarla in questo ruolo, qualcuno dei vicini già iscritti o magari qualcuno nuovo che arriverà in zona. Per Monica le social street possono essere utili in particolare alle famiglie trapiantate, alle famiglie con bambini, che si trovano sole, senza aiuti, in grandi città, in cui spesso non ci si conosce neppure tra vicini di casa. Al Sud, da cui proviene e che conosce bene, le social street sono poco diffuse, perché solitamente ancora ci si conosce, ma soprattutto, pensando al suo paese natale, i giovani sono emigrati altrove, e i giovani sono coloro che utilizzano le nuove tecnologie e i social. Nei paesini del Sud ci si conosce ancora, non serve Facebook per connettersi, le strade sono già sociali, le persone sono già in rete anche senza la Rete.

### **Residenti in via Carolina Invernizio – Milano – social street**

Milanese doc, Viviana Sampugnaro, prossima ai 40 anni, marketing manager, avvia nel febbraio 2014 la social street dove abita, in via Invernizio, a Quarto Oggiaro – un quartiere complesso, con un tessuto associativo molto sviluppato. L'idea di intraprendere questa esperienza le viene dal condominio in cui vive, un palazzo recente, costruito su un'area che un tempo era zona di cascine e ha mantenuto ancora oggi alcuni tratti che le richiamano. In particolare il cortile che viene molto utilizzato dai bambini per giocare e poco dagli adulti. Molti degli uffici rimasti ancora sfitti e invenduti potrebbero essere destinati ad attività condivise del condominio, nonostante le tante difficoltà di gestione che una scelta come questa comporta. Viviana immaginava di organizzare dei piccoli eventi nel condominio, delle mostre in questi locali. A febbraio 2014 apre il gruppo

Facebook e si limita a questo, per poi riprendere in mano la cosa in primavera quando si apposta all'ingresso del Parco di Villa Scheibler, che ha proprio l'entrata principale in via Invernizio, per raccogliere idee dai residenti e farsi conoscere come social street. Da quell'incontro qualcuno si iscrive al gruppo Facebook, ma il gruppo resta un piccolo gruppo poco attivo. Tra le iniziative promosse da Viviana, ricordiamo un aperitivo in inglese, grazie a una ragazza lituana che si è prestata, con la quale è entrata in contatto grazie alla social street. A questo incontro, hanno partecipato in pochi, in verità. Un'altra attività realizzata è stata una passeggiata social al parco, altrimenti detta "uscita fotografica". In generale il problema degli spazi è molto sentito da Viviana, secondo la quale "i bar di Quarto Oggiaro non sono dei luoghi dove poter organizzare un aperitivo tra amici, almeno io eviterei". Per concludere: "non so che evoluzione ci sarà, c'è da dire che il problema degli spazi è notevole! Perché comunque se non hai i luoghi per fare le cose, diventa un po' complicato. Sì, magari se siamo in 5/6 persone ci si può trovare anche a casa, l'ho fatto anche io però non inviterei 50 persone a casa mia perché non ci stiamo e poi perché è anche giusto essere cauti, sono comunque persone che non conosci. Non è che si diventa amici solo perché si è sulla stessa pagina Facebook [ride] quindi è giusto andare per gradi". Nella social street al momento ci sono giovani e pensionati, manca la fascia centrale, i genitori con figli, che sarebbe interessante agganciare in qualche modo. Questa social non è molto attiva, le persone che partecipano alle iniziative sono quelle che già si conoscono tra loro. Secondo Viviana, "è stra-positivo quello che sta accadendo dentro le social street", queste ultime sono differenti dai gruppi di interesse che tanto vanno di moda in questi anni (tipo quelli di cucina, di musica, di sport, ecc.): "La logica della Social Street segue un'altra via perché tu stai creando un gruppo con i tuoi vicini di casa, ma non è detto che essere vicini di casa voglia dire avere gli stessi

interessi, quindi è un po' in una direzione completamente opposta rispetto a quella che si sta generando grazie al web che richiama le persone che hanno lo stesso interesse e quindi è anche un modo per mettere in relazione persone che in realtà magari non si troverebbero mai perché c'è l'anziano con il giovane, c'è quello che viaggia tantissimo con quello che non è mai uscito da Milano, eccetera. In questo senso può essere anche arricchente perché la smettiamo di frequentare solo i nostri simili". Viviana non si è data obiettivi a lungo termine, ma va avanti a piccoli passi.

### **Residenti in via Conca del Naviglio – Milano – Social Street**

Antonio Sirica, trentenne, originario di Salerno, ha vissuto a Milano per circa 12 anni, dove ha lavorato in uno studio legale. Attualmente è dirigente in uno studio legale in una azienda aeronautica in Liguria. Antonio vive un anno in via Conca del Naviglio a Milano, una delle strade più belle di Milano, una via verde, non cementificata, che un tempo era un naviglio "molto social, molto social street". Nel febbraio 2014 decide di avviare proprio in questa via una social street. Apre il gruppo e stop, non fa più niente. Ha aspettato che si popolasse in maniera spontanea, svolgendo comunque il ruolo di amministratore/moderatore, perché come lui stesso riconosce nei gruppi di questo tipo è necessario un amministratore, che quanto meno accetti i nuovi iscritti, tenga sott'occhio i post e le conversazioni. La moderazione non è impegnativa, ma richiede tempo e Antonio di tempo non ne ha molto per sé e per questa attività, che sperava potesse vivere di vita propria, viaggiare con le proprie gambe senza doverci investire troppe energie personali. Quando si è trovato a lasciare Milano, ha scritto un post nel gruppo, chiedendo se qualcuno voleva diventare amministratore, ma nessuno ha raccolto l'invito. Attualmente Antonio non

ha chiuso il gruppo, che viaggia piuttosto a rilento, e resta l'unico amministratore. Secondo Antonio spesso a Milano si vive in questi palazzi come degli alieni. La social street è una iniziativa carina e intelligente, semplice da attuare, in controtendenza rispetto al grigiore in cui spesso viviamo. A Milano le social possono offrire un rinnovato e ritrovato senso di buon vicinato, promuovere gratuitamente la gentilezza tra le persone, che è una delle cose più belle. Secondo Antonio, la social street è il modo in cui il quartiere o il vicinato si reinventa nel Terzo Millennio. Ora che vive in un residence in Liguria, città che ama tanto quanto Milano, potrebbe prendere in considerazione l'idea di avviarne un'altra. Forse, in futuro.

### **San Gottardo Meda Montegani Social Street - Milano**

Nel Municipio 5, incontriamo la social street di San Gottardo Meda Montegani, una social nata a febbraio 2014, che, con oltre 7.500 iscritti, al momento è la più ampia e la più attiva, in termini di partecipazione. Questa social è una fusione tra due social – quella di San Gottardo avviata a suo tempo da Fabio Calarco – trentenne calabrese, sposato e da poco papà, a Milano da circa 10 anni, ingegnere, esperto di comunicazione – e quella di Via Meda-Montegani avviata da Zeno Tomiolo e Luigi Labriola. La fusione di queste due social appare da subito come una prospettiva interessante, di contaminazioni e incontri arricchenti, in quanto la traiettoria San Gottardo-Meda-Montegani va dal centro verso la periferia, contempla pertanto scenari urbani e sociali molto diversi tra loro. Questa social street viene spesso considerata una buona pratica, come una sorta di modello, presa da esempio dalle altre social, da persone che vogliono avviare la loro esperienza. La specificità di questa social street sono i social tour, organizzati dai vicini di casa con i vicini di casa in cui si va alla scoperta dei luoghi del quartiere,

valorizzando la memoria, oltre a qualche elemento di gossip, che solo chi abita lì da sempre può restituire. Oltre al social tour, tra gli appuntamenti che sono oramai dei riti “intoccabili” per i vicini di casa, possiamo ricordare le feste di compleanno della social, il social albero di Natale, momenti in cui i vicini festeggiano, trascorrono del tempo in allegria. Iniziative a cui spesso prendono parte due colonne portanti della social: Luca Santini, il libraio itinerante che va in giro con la sua bici, e Ernesto Ponziani, il poeta-contadino che vende patate e ortaggi vari prodotti a km 0. Insieme hanno dato vita al progetto PataBook. Questa social è un concentrato di pratiche collaborative, di idee e proposte dal basso: dal bookcrossing ai gruppi GAS di vicinato; dalla social-pulizia del parchetto a mobilitazioni per raccogliere fondi a favore di vicini di via Brioschi che, in seguito a un incidente doloso, si sono improvvisamente trovati senza casa e senza niente; dai corsi di alfabetizzazione SOS digitale inter-generazionali al progetto “Adotta un vicino”, in cui nella logica della gratuità si cerca di identificare nel quartiere coloro che hanno più bisogno, provando ad attivarsi per loro, mettendo a disposizione tempo, competenze e qualsiasi cosa possa tornare utile per la gestione della vita quotidiana. Questa social è la prima a Milano ad aver avviato una portineria, in accordo con un bar in zona. Un bar che prende proprio il nome di “Portineria 14”, gestito con “gentilezza” e “spiccata familiarità” da Francesca Laudisi, Federica e Emanuela, che oltre a fare cappuccini e aperitivi, quindi essere un luogo di incontri e di socialità per i vicini, offre anche gratuitamente servizi di portineria. Si possono far arrivare pacchi, lasciare le proprie chiavi di casa, utilizzare la bacheca per segnalare una richiesta di aiuto o per offrire qualcosa. Dietro/dentro a questa social street c’è un gran lavoro di molte persone, non solo degli amministratori – ricordo l’impegno instancabile e la simpatia di Martina Gerosa e Antonia Prigione. C’è da dire che questa è una zona sociale di suo, in cui la socialità

non fa fatica ad attecchire e svilupparsi. Come ricorda Fabio, questa è una zona di creativi, di forte creatività che si respira nell'aria, come probabilmente in altre zone di Milano, tipo Brera e Isola. Questa social non solo è ben avviata ma è oramai un punto di riferimento per i residenti, per le associazioni che lavorano in zona, per le stesse istituzioni, che in più occasioni si sono confrontate con questa realtà. Il neo-nato progetto della social street di San Gottardo si chiama #ViciniSiImpara, un progetto innovativo di mentoring gratuito, in cui alcuni vicini mettono a disposizione alcune competenze per i propri vicini, tipo conversazione in inglese, imparare a scrivere un curriculum e sostenere un colloquio di lavoro, ecc. Questo progetto, che potrebbe essere replicato anche da altre social, è stato fatto conoscere e raccontato dagli streeters nel mese di dicembre 2017 a *Sharitaly 2017. Platforms in Action* a BASE Milano.

### **Residenti in Viale Molise e dintorni – Milano – Social Street**

In via Molise c'è una social street, avviata nel febbraio 2014 da Gianluca Tarasconi, assieme a sua moglie che per molti anni hanno fatto attività sociale, un po' rallentata con la nascita del figlio. Leggono un articolo che parla di social street, l'idea piace e la aprono: gruppo Facebook, volantinaggio, primo incontro per far emergere qualche idea, da cui non è uscito molto. Al secondo incontro hanno partecipato anche meno persone. Nel frattempo Gianluca ha provato ad animare il gruppo su Facebook, ma non ha avuto molti riscontri. Il gruppo non si è attivato, poco o niente: "Per cui niente, continuo magari a postare qualcosa, ogni tanto, giusto per tenerla viva, col respiratore. Però non serve". Una delle difficoltà che probabilmente ha remato contro l'attivazione della social è stata la mancanza di spazi per incontrarsi e la scelta del luogo degli incontri – Macao, che essendo

connotato politicamente ha probabilmente disincentivato la partecipazione di alcuni, anche se interessati. Le persone che hanno partecipato agli incontri hanno tra i 30-35 anni, sono quasi tutti occupati, in prevalenza donne, caucasiche. Ma soprattutto chi ha preso parte agli incontri era più curioso che propositivo. Guardando al futuro, Gianluca ha intenzione di tenere attiva la social, sperando che prima o poi si iscriva qualche vicino più attivo su Facebook, che ridia smalto al progetto e si possa anche ricominciare ad organizzare incontri. Via Molise è una zona di Milano molto popolare, vicina all'ortomercato, con un'alta percentuale di immigrati e di italiani che appartengono al "sottoproletariato". Intorno, a Molise-Calvairate, ci sono le case popolari. E dal momento che negli anni Aler non si è preoccupata di fare politiche di integrazione, piuttosto di ghettizzazione, alla presenza dell'immigrazione, si aggiungono alte concentrazioni di ex-carcerati, malati mentali, altre vulnerabilità, altro disagio sociale. Gianluca, per descrivere questa zona, dice che è l'opposto di radical chic. E, aggiunge Gianluca, "dal momento che la social street non è una iniziativa popolare, ma quanto meno va a colpire la fascia media, essendoci in zona poca fascia media, non ha molti destinatari con cui partire". Inoltre, essendo una zona a macchia di leopardo chi sta bene non ha sempre intenzione e piacere a mischiarsi con le fasce più popolari, così come con i rom. Una possibilità presa in considerazione da Gianluca era fondersi con la social street di Calvairate, che hanno provato a contattare, ma che tuttavia è un po' diversa da loro, nel senso che le loro iniziative sono "più di tipo aggregativo-fighetto che da social street". Oppure un'altra idea era realizzare delle iniziative con la Ciclofficina che si trova in zona. Ma per il momento ancora nulla. Secondo Gianluca la social street "è un aggregatore che consente di fare delle attività nel sociale, nel luogo in cui si abita. Sociale, nella sua accezione più ampia, come socializzazione e attività di trasformazione sociale".

## **Residenti Rubattino e Dintorni (Social Street)**

Marina Pagani, nata a Milano e cresciuta a Lambrate, nel marzo 2014, in Piazza Rubattino, avvia insieme a una sua amica la sua social street. Marina è una donna molto impegnata, concilia famiglia, lavoro e un impegno concreto sul territorio. Ricordando il tempo passato, com'era Milano quando era piccola, l'idea che ha di social street è proprio di ricreare rapporti di vicinato in modo da sentirsi come in un paese, perché i quartieri di Milano erano un po' dei paesi. Fare qualcosa di concreto nel quartiere, che possa aggregare le persone; creare una rete di collaborazione, una rete di mutuo-soccorso. Marina è una persona che fa mille cose, fa parte di almeno tre associazioni: Parenti e amici di Fausto e Iaio, Pru Rubattino, Zona 3 per la Costituzione. Inoltre, frequenta spessissimo il suo Municipio, per suo interesse personale, e fa parte della Commissione Cultura e della Commissione Sport e tempo libero. La casa di Marina è proprio in Piazza, quindi conosce molte persone; da questa posizione privilegiata può proporre iniziative e tenerle sott'occhio, seguirne, anche in maniera discreta, l'evoluzione. Il territorio è particolarmente vivo di proposte, anche ludiche, in particolare grazie ad associazioni come "Vivi Rubattino", di cui Marina fa parte. Una delle attività che organizzano è il Giro di giostra a Rubattino, in cui si riscoprono i vecchi giochi di strada. "Vivi Rubattino" organizza 3 eventi annuali e poi stop. Idem Pru Rubattino, è sempre attiva, ma le persone vengono coinvolte quando succede qualcosa di particolare. Finché non si ha necessità le cose vanno avanti da sole, altrimenti si interviene collettivamente. Quello che cercava Marina era una realtà che tenesse unite le persone tutto l'anno, sia sul pratico, che sul ludico e culturale. Questa è stata l'esigenza vera che ha fatto propendere per aprire una social street. All'inizio non è stato facile amministrare il gruppo, è stato necessario

ribadire alcune regole, far capire le finalità della social street, cosa si poteva scrivere e cosa era off topic. A parte qualche episodio iniziale complicato da moderare, in cui gli amministratori sono stati tacciati di non essere democratici avendo cancellato un post inopportuno, la social street poi ha preso il giusto abbrivio, le persone hanno compreso il suo funzionamento, sebbene il problema della partecipazione sia reale. Sono sempre troppe poche le persone che si attivano, che danno una mano. Tra le iniziative realizzate dalla social street, alcune sono particolarmente interessanti e soprattutto replicabili altrove. Il primo grande evento è stata la cena sociale in piazza. Le persone sono scese in strada con il proprio piatto e bicchiere, hanno portato qualcosa da mangiare e condividere con gli altri. È stata una cena molto sociale, animata dalla musica; per cui i vicini hanno mangiato, ballato, cantato, si sono conosciuti. Alla cena erano presenti anche persone straniere, che hanno portato i loro piatti tipici. È stato un evento spontaneo, non organizzato, lasciato alla libertà dei vicini, nel vero spirito della social street. Un altro evento è stato il baratto, in cui i vicini sono stati invitati a portare in strada qualcosa e a barattarlo con dell'altro. Marina si dice molto soddisfatta da questo evento, divertente, ma anche utile, in cui si possono fare dei "piccoli affari". Un'altra attività della social è il book crossing, ossia mettere a disposizione del quartiere alcuni libri. La domenica mattina Marina prende in prestito un carrello della spesa dell'Esselunga, lo riempie di libri e lo porta in Piazza. I vicini sanno oramai come funziona, quindi vanno, portano, prendono, scambiano. Un altro percorso avviato dalla social sono le convenzioni con alcune realtà sul territorio, che possono essere la pizzeria, la palestra, la gelateria, ecc. La social street di Rubattino vuole essere una social ad ampio spettro, che preveda un po' tutto: il sociale, la parte ludica, l'aiuto, l'amicizia, il culturale. E anche la protesta, su questioni pertinenti, pur consapevoli che su problemi specifici ci sono realtà preposte

che se ne occupano. Marina vorrebbe che in futuro la social fosse sempre un po' meno sua e più degli altri. Le persone dovrebbero capire bene e meglio perché la social è nata; se riusciranno a capire questo automaticamente la faranno loro. Occorre quindi continuare a ribadire loro le finalità del progetto, che sono talmente basilari, che non possono non recepirle, farle proprie. Probabilmente le persone hanno sempre bisogno di qualcuno che dia il via, ma le cose che si organizzano poi hanno sempre un buon riscontro, in termini di partecipazione e apprezzamento.

### **Social Street del quartiere Corvetto/Bonomelli, a Milano**

Ivan Germanotta, in Facebook con il nickname Ivan Tafkai, classe 1971, milanese doc, graphic designer/direttore creativo, tra le altre cose scrittore di un racconto di fantascienza, dal 2006 vive nel quartiere Bonomelli, ossia la zona tra Piazzale Corvetto e Piazza Bonomelli. Ivan è molto legato al suo quartiere, un quartiere “ancora a misura d'uomo”, un quartiere vivo, non residenziale, con gli “amici del barettino, il negozietto che sopravvive, ecc.”. Sebbene a una distanza di circa cinquecento metri ci siano le case popolari, con tutte le loro problematiche, questa, a detta di Ivan, resta una zona tranquilla. E sebbene la sera dopo le 20 la zona sia quasi deserta, problemi di sicurezza non ce ne sono mai stati per nessuno. È proprio questo attaccamento al quartiere che lo porta, nel marzo del 2014, a decidere di volersi impegnare, avviando una sua social street, prima nella sua via – via Romilli – e poco dopo estesa al quartiere Bonomelli. Ritiene infatti che una social street possa essere la modalità più appropriata, un po' anche alla moda se vogliamo, per mettere in connessione i residenti con i commercianti, con le attività della zona. Ivan, che si definisce un “social anti-social” è da sempre l'unico amministratore della sua social street. Trovandosi con poco tempo da

dedicare a questo lavoro, ha provato a chiedere se qualcuno voleva quanto meno affiancarlo, ma “si sono tutti ben guardati dal farlo”. A ben vedere, quello della social street è un progetto a cui tiene molto e che ha sempre difeso e preservato sia dagli attacchi esterni – incursioni di politici – e interni – post fuori luogo, con toni non adeguati. Nella social con il tempo si sono formati dei gruppi, sulla base degli interessi. Tra le attività ludiche non mancano aperitivi e pizzate nei locali della zona, ma anche biciclettate, gite fuori porta, a cui partecipano un buon numero di persone. Tra le attività non propriamente ludiche ricordiamo l’evento “permanente” creato da Ivan sul gruppo Facebook, che ri-condivide con una certa cadenza, dedicato allo scambio professionale, una sorta di banca del tempo, che ha avuto un buon riscontro, in cui le persone possono trovare e scambiarsi aiuti e prestazioni professionali, mettendosi direttamente d’accordo tra loro, ossia senza intermediazione di alcuna piattaforma o moderatore/mediatore. La social street del quartiere Corvetto/Bonomelli collabora inoltre con il Comune nello specifico con lo Spazio Ortles, inserito nella casa Jannacci (ex dormitorio), con attività di vario genere; spazio di cui Ivan co-gestisce personalmente anche la pagina Facebook. Da un punto di vista organizzativo, questa social street che ha superato i 1200 iscritti al gruppo Facebook, ha conosciuto nell’estate del 2017 una evoluzione interessante, ossia la creazione di una chat di vicini di casa su WhatsApp, a cui tutti sono stati invitati attraverso un link postato sul gruppo Fb, nella quale ci si organizza, ci si dà appuntamento per incontri vari. Come si potrà facilmente immaginare, su WhatsApp si genera un bel traffico di messaggi, che richiede tempo per la moderazione. In autunno 2017 il gruppo WhatsApp è stato chiuso, su decisione di Ivan. La social resta, ovviamente, più attiva che mai.

## **Social Street via Inama Milano**

Nel Municipio 3, nel marzo 2014, nasce la social street in via Inama, fondata da Beatrice Tamborini, educatrice, cinquantenne, milanese doc, in questa via da 10 anni, assieme a suo marito e ai suoi due figli. L'idea che l'ha spinta a fare questa scelta è stata entrare in connessione con i vicini di casa. La storia di questa social è simile a quella di molte altre, ma a differenza di altre questa sembra funzionare senza troppe difficoltà online, ovvero le persone continuano a iscriversi e partecipano. Nell'offline la partecipazione è più bassa. Solitamente organizzano un paio di eventi l'anno: in autunno un pranzo in cortile dove ognuno porta ciò che vuole e un aperitivo in primavera in un bar della via. Con un gioco di parole, potremmo dire che per far funzionare una social street ci vogliono energie e soprattutto ci vuole tempo e il tempo è merce rara, di questi tempi. Via Inama viene descritta da Beatrice come una via anonima, tranquilla, abitata da un ceto sociale medio e medio-basso. Zona universitaria, residenziale, in cui abitano molti studenti fuori sede, impegnati a studiare, che vivono il quartiere e soprattutto la città come sono soliti fare i giovani studenti. Ci sono anche famiglie e anziani. Per il futuro, non cambierà molto, verosimilmente continuerà a funzionare in questo modo, che sembra andar bene alle persone che ne fanno parte.

## **Residenti in Via Ciriè/Demonte Milano – Social Street**

Nell'aprile 2014 nasce la social street via Ciriè-Demonte, nel Municipio 9. Questa Social Street, come altre del resto, non nasce da uno o più vicini di casa, bensì prende forma all'interno del progetto *NiguardaNoi* finanziato dal Comune di Milano, in cui è coinvolto anche il consorzio cooperativa sociale *Sistema Impresa Sociale* che lavora proprio tra via Ciriè e via Demonte. Nello specifico, Roberto Mannai – che di lavoro fa il Manager di Terzo Settore ed è il fondatore della social street – non ha mai abitato in questa via e

attualmente, da oltre un anno, non sta più nemmeno frequentando la social street di Via Cirié, in quanto lavora per una Organizzazione Non Governativa e si divide tra l'Italia e l'Estero. Coinvolti nel progetto originario della social street, oltre a Roberto, ci sono Tonin Bardhi e Stefano Radaelli. Attualmente la social è amministrata da Roberto, Tonin, insieme ad altre due persone. Lavorando in via Cirié, una zona che non conoscono da un punto di vista urbano e sociale, decidono di avviare qui una social street che potesse essere una occasione per loro per entrare meglio nel quartiere e per coinvolgere più persone nei loro progetti. Lo spazio di lavoro di questa cooperativa si trova proprio tra via Cirié e via Demonte, all'interno di un giardino, che è adibito anche a Centro di Aggregazione Giovanile e Spazio Polifunzionale. Molti degli incontri organizzati dalla social quindi si svolgono all'aperto, proprio in questo giardino. Questa è una zona di case popolari, di palazzi molto grandi, ad alta densità demografica: ceto sociale molto basso, background delle persone basso, numerose persone immigrate, case occupate. Secondo Roberto Mannai, la social street può essere un'occasione per conoscere meglio le persone del territorio e insieme per lavorare sulla coesione sociale. L'obiettivo di questa social street è stato fin da subito chiaro: favorire la nascita di relazioni "face to face" tra le persone che vivono nel quartiere. Da questo punto di vista, la pagina Facebook non serve a molto, in quanto molte persone non hanno il pc, o non hanno la connessione, o non sono in grado di usare le ICT. Per questo è stato importante il lavoro "face to face" con le persone, conoscerle una ad una, anche grazie alla mediazione di Alì, il portinaio di alcune delle case popolari. Alle iniziative che sono state organizzate dalla social – ad esempio, aperitivi, l'iniziativa molto apprezzata *Porta una sedia in cortile* – hanno partecipato molto attivamente gli utenti del CPS che ha sede lì vicino, che si occupano anche della comunicazione e diffusione delle informazioni in zona. Questa

social street ha a cuore la socialità di vicinato e l'inclusione sociale: proprio in tal senso lavora sulla diffusione dell'utilizzo della Rete, anche attraverso corsi di formazione per gli anziani. Questo potrebbe portare a lanciare nuove iniziative nella social street, come ad esempio la messa in comune del cibo che non si utilizza, che richiede appunto una buona partecipazione delle persone online. È inusuale che fondatori e amministratori non abitino nella social street, ma è comunque una social street. Probabilmente è una social street top down piuttosto che bottom up, in cui chi ha delle skills specifiche propone agli abitanti di una zona una idea, un nuovo modo di stare insieme, di vivere, che probabilmente loro non conoscevano e a cui non sarebbero arrivati spontaneamente. Una volta avviata la social va anche amministrata perché secondo Roberto, i residenti lanciano delle idee per le iniziative, ma non hanno poi le competenze per portarle avanti. Per questo serve un intervento esterno. La social street è uno strumento di lavoro degli operatori per costruire conoscenza, partecipazione e coesione sociale.

### **Piazza Bolivar Milano – Social Street**

Nell'aprile del 2014, è un evento specifico che fa decidere a Paola Fantaguzzi, assieme al suo vicino di pianerottolo, di avviare la sua social street in Piazza Bolivar, che ha coinvolto in particolare tutto il condominio. La ragione era l'imminente apertura di una sala giochi sotto al loro palazzo. Le persone attive nella social erano le stesse del condominio, quindi conoscenti, con interazioni amichevoli. Vinta la battaglia, la social street si ferma. È come se raggiunto l'obiettivo si sia persa l'energia e l'interesse per questa forma di socialità. Il nome dato a questo gruppo era stato social street, ma in realtà era più simile a un Comitato del No.

Paola ammette che per continuare a rilanciare la social e tenerla viva ci

vorrebbe molta energia e tempo e da sola non può farlo. Perché il problema non è tanto la gestione della pagina, bensì fare un salto di qualità dal virtuale al reale, proporre iniziative concrete. Questa zona non è una zona che si presta alle chiacchiere e agli incontri perché è una piazza che sta sull'incrocio di due vie a grosso scorrimento, molto trafficate. Dice Paola: “È un posto che aborrisce l'aggregazione, cioè non è un posto in cui ci si ferma volentieri a chiacchierare”. Sebbene sia una zona centrale di belle case, in cui le persone lavorano a tempo pieno, in cui ci sono anche molti studenti, perché è vicina alla Bocconi e alla Cattolica, le persone che abitano in questa zona sono tendenzialmente chiuse, secondo Paola. La social street potrebbe aiutare a rinsaldare la coesione sociale di vicinato. Ma Paola da sola non può farlo e la social street è di tutti.

### **Residenti in Piazza Piola e dintorni – Milano – Social Street**

A maggio 2014 nasce la social street di Piola, grazie a Stefania Morabito, quarantenne, originaria del Sud Italia, sposata con due figli. L'idea in realtà è stata di suo marito, che lavora nel web, che aveva notato quanto il fenomeno delle social street si stesse diffondendo. Stefania vive a Piola dal 2004, tuttavia non conosce i suoi vicini di casa. La strada in cui abita è piuttosto spenta. Come è noto, Città Studi è popolata da studenti. Stefania non trova giusto che una zona debba vivere solo sugli studenti, dimenticandosi di tutti gli altri: le famiglie con i bambini, gli anziani. Come la maggior parte delle social street anche Piola ha il problema degli spazi al chiuso e si pone la questione di come coinvolgere gli anziani che non hanno Facebook. L'idea sarebbe proprio di individuare un bar dove mettere una bacheca accessibile a tutti. Assieme alle social Maiocchi e Morgagni, presso una associazione che le ha ospitate, hanno realizzato una giornata di baratto. L'età media delle

persone che partecipano alle iniziative è all'incirca quarant'anni. Prima probabilmente le persone non hanno bisogno di altra socialità, perché ne hanno già a sufficienza che arriva da altri canali. Poi, si arriva all'età in cui si fa famiglia e se ne sente maggiormente il bisogno. C'è una determinante generazionale, probabilmente. Stefania, che è una donna impegnata al cento per cento con il lavoro e la famiglia, che non ha già tempo per se stessa, per le proprie amicizie, per coltivare i propri interessi, non ha intenzione di sprecare energie. Quindi si aspetta risposte, si aspetta collaborazione e intraprendenza dal gruppo. La strada al momento è spenta e quindi vorrebbe colorarla: "C'è una canzone che dice 'devo finire di colorare il mondo che vorrei abitare'. Io credo in questa cosa. E secondo me 'colorare' può essere una parola chiave".

### **Social street Residenti via Martiri Triestini Milano**

Ad amministrare la social street di Martiri Triestini è una donna propositiva e solare, di origine calabrese, nata comunque a Milano, quarantenne, fotografa, sposata, con due figli: Simona Vadalà, che nel maggio 2014 avvia la sua social street. Amministratrice unica di una realtà molto interessante da un punto di vista urbanistico-sociale: "Questa via è una specie di confine tra la Milano vivibile e la kasba, nel senso che dentro questa via inizia la zona araba. Quindi diciamo che qui ci sentiamo un po' in una piccola isoletta felice. Non dico zona araba in negativo, perché anche mio marito è arabo per cui non potrei mai dirlo, ma a livello commerciale. Qui finisce un certo tipo di zona di Milano e ne inizia un altro, meno vivibile". Si tratta di uno stabile con il giardino in mezzo, con alcuni negozi e un nido. La funzione dei negozi è scarsa, perché servono questa piccola comunità. Dopo aver vissuto nell'anonimato per 35 anni, poco lontano da

dove abita adesso, quando circa dieci anni fa Simona ha deciso di andare a vivere in Martiri Triestini ha pensato: “Casa nuova, vita nuova”. Per realizzare il suo buon proposito, appena arrivata nel nuovo condominio, contatta tutti i vicini che abitano sul suo ballatoio, che poi alla fine sono 4 porte; si presenta e scopre che ci sono molti punti di contatto, interessi comuni, favori che ci si possono scambiare. Questo è stato il suo primo passo per sviluppare la socialità tra vicini di casa. Simona precisa che non c'è stata alcuna forzatura da parte sua, una volta innescatosi il meccanismo della gentilezza è diventato normale salutarsi, parlarsi, condividere. Dal momento che tutto questo accadeva solo al terzo piano della scala I, Simona prova ad immaginare come estendere la socialità di prossimità in tutto il suo condominio e negli altri cinque limitrofi, facenti parte del super-condominio. La via ha una conformazione che si presta proprio bene ad essere una micro isoletta felice. Ma come fare a connettere i vicini di un super-condominio? La risposta, anzi l'illuminazione, viene proprio da Facebook, da un articolo che parla di social street. Se altrove è stato fatto, perché non farlo anche in Martiri Triestini? Così Simona apre il gruppo su Facebook e fa volantaggio per avvisare dell'esistenza di questa nuova possibilità per conoscersi e aiutarsi. Inizialmente la social ha avuto una partecipazione molto virtuale, senza interazione fisica, ma con il passare del tempo le persone hanno iniziato a conoscersi su Facebook, a riconoscersi in strada, a interagire e a partecipare agli incontri che Simona e altri vicini propongono. A Simona interessava che quello che accadeva sul suo pianerottolo potesse essere replicato dagli altri ed esteso su scala più ampia: obiettivo raggiunto! Il super condominio è una macchina complessa da un punto di vista amministrativo: ogni condominio ha il suo amministratore e poi esiste il super-amministratore. Questo significa che qualsiasi proposta e iniziativa dei condomini deve seguire un iter lungo, talvolta estenuante. Il cortile interno,

uno spazio che si presterebbe bene per organizzare eventi della social street, non può essere utilizzato. Esiste quindi un problema di spazi, che spesso è stato risolto utilizzando le proprie abitazioni – in particolare Simona ha più volte messo a disposizione in maniera molto generosa il suo appartamento per cene e pizzate – oppure locali in zona, come bar e pizzerie. Ma per essere maggiormente inclusiva la social street ha bisogno di uno spazio che sia gratuito, accessibile a tutti. Per questa ragione i vicini si sono attivati per trovare una cantina vuota che potrebbe diventare un posto comune dove ognuno può trovare qualcosa da fare insieme agli altri. Una cantina in cui organizzare cene, incontri vari, la palestra comune, una sorta di banca del tempo, uno spazio per ragazzi dove ascoltare musica, dove suonare. Insomma uno spazio polifunzionale, in cui tutti possono trovare qualcosa da fare. Tra le attività realizzate dalla social ricordiamo il bookcrossing in un bar in zona, il tentativo di gemellaggio con la Biblioteca di via Rembrandt 12, ma anche cose concrete come i GAS, i mercatini degli oggetti fatti a mano dalle mamme, le torte, ecc.

Attualmente nella social street di Martiri Triestini online e offline vanno di pari passo, le persone fanno cose assieme e spesso non c'è traccia sul social, così come sul social si postano richieste e notizie. Di certo è cambiato il modo di relazionarsi tra vicini. Far parte della rete delle Social street per Simona è molto utile, in quanto Social street è un marchio, che identifica un progetto preciso, potremmo dire tangibile. Per Simona la social street è amicizia e condivisione, sapere che in uno stabile non sei mai solo, che se ti dovesse capitare qualsiasi cosa il tuo vicino non è un estraneo, conosce il tuo viso, sa chi sei. Tutto questo è confortante, per Simona, e non solo per lei.

## **Residenti in Via Missaglia e Dintorni – Milano – Social Street**

Marco Bertollini è il fondatore della social street di via Missaglia e sono tante, particolari e interessanti le ragioni che nel maggio 2014 lo portano ad avviarne una sua. Potremmo individuarne almeno quattro, di natura personale e professionale: 1) cordone ombelicale con Bologna: Marco, pur essendo nato a Milano è bolognese di adozione, città in cui ha abitato per 20 anni con la sua famiglia. E tra l'altro abitava proprio vicino via Fondazza. Ecco allora che quando ha letto della prima social street in via Fondazza, gli si sono riattivati una serie di ricordi: “questo evento ha riecheggiato in me tutta una serie di romanticherie di un certo tipo”; 2) il suo lavoro: Marco era interessato dal fenomeno, anche da un punto di vista professionale, in quanto consulente nella comunicazione digitale; 3) sintonia con una collega: grazie alla collaborazione con la collega, Giovanna Cordone, “operatrice di strada”, decidono di avviare questo progetto, come esperimento lavorativo. Tra l'altro entrambi non abitano in zona, ma in zona ci lavorano. Proprio in Missaglia ha sede il consorzio Solidarietà in Rete; 4) la propria religione: Marco non è cattolico, bensì protestante. È parecchio vicino a una certa mentalità, soprattutto all'idea di comunità anglosassone: “nel concetto di social street c'è un principio di comunità che io culturalmente sono abituato a praticare; una idea di comunità che in Italia si fa un po' fatica a digerire”.

Dalla sua esperienza, le social street nascono solitamente in zone della città “avvantaggiate” dal punto di vista sociale, del reddito, della conoscenza, del tenore di vita. Quando Marco e Giovanna scelgono di far nascere la social di via Missaglia, scelgono una strada abbastanza alternativa, oltre che innovativa, una strada molto complessa dal punto di vista della stratificazione sociale. In via Missaglia ci sono diversi problemi; una serie di condizioni di partenza rendono difficile l'utilizzo della Rete, rispetto ad altre zone. In Missaglia ci sono casermoni di persone anziane, che non ti rispondono neppure al telefono, a cui devi andare a suonare il campanello e

non è detto che ti aprano la porta di casa. Per cui, nella loro esperienza di social street, si sono trovati spostati un po' più sull'asse dell'offline piuttosto che dell'online.

Marco e Giovanna, per scelta, hanno deciso di avere un ruolo defilato nella social street, di restare un po' dietro le quinte. Il loro obiettivo era chiaro sin dall'inizio: "Ci diamo un anno di tempo, facciamo nascere questa realtà. Dopodiché, prendiamo le chiavi e le consegniamo alla realtà stessa. Ci siamo posti come un volano di innovazione, mettiamola così". Prima di avviare la social, per conoscere un po' meglio la zona, fanno un minimo di analisi esplorativa in Rete e si accorgono che esistono altri gruppi Facebook, con funzioni diverse, prevalentemente ludiche, ossia che aggregano i missagliesi su altri temi. Entrano in contatto con loro, si presentano, questo per ribadire le necessarie differenze, utile per definirsi e collaborare eventualmente. In questa prima mossa hanno ricavato consenso, interesse e entusiasmo. Seconda operazione è stata mappare il territorio, dove hanno rinvenuto l'esistenza di circa quaranta realtà sociali. Questa operazione si è rivelata più complessa e apre una serie di riflessioni attuali e importanti sul ruolo della cittadinanza attiva oggi nel sistema di welfare italiano. Accanto alle istituzioni, al terzo settore e al privato sociale, si affiancano i cittadini, in forme non associate ma informali, che si muovono nella gratuità, non utilizzano e non possono ricevere alcun tipo di finanziamento. Il riconoscimento di un quarto attore responsabilizza i cittadini e li pone all'interno del sistema, con gli altri soggetti. Il problema a questo punto è: come sono visti questi nuovi attori dalle associazioni che si muovono invece con altre logiche? Nel momento in cui Marco si è presentato alle associazioni del Terzo Settore attive sul territorio ha riscontrato diffidenza e probabilmente un po' di incomprensione. Del tipo: che bisogno c'è di una social street quando ci siamo noi? Perché le mamme dovrebbero auto-

organizzarsi per tenere i bambini nel pomeriggio quando ci sono i doposcuola preposti? Se sono direttamente i cittadini che indicano quali sono i loro bisogni e provano direttamente a trovare le risposte in forma collettiva e informale di auto-mutuo-aiuto, non sono più necessariamente le associazioni a indicare i bisogni ai finanziatori. È l'attore che ti dice di che cosa ha bisogno, bypassando le associazioni, che invece lavorano per bandi, per finanziamenti pubblici e privati. Il rapporto con il tessuto associativo non è sempre stato facile, ammette Marco: diffidenza, incomprensione e ostilità. Potremmo dire che Marco, per attivare i cittadini sul territorio, ha sposato il modello social street. Tuttavia, sebbene il modello sia abbastanza aperto, non è detto che sia applicabile ovunque: "Via Fondazza è una piccola via, via Missaglia è una via enorme. Non parliamo di portoni attigui, ma di palazzoni con trecento persone dentro". Per Marco, la social street che ha avviato è un esperimento pratico, in primis di arricchimento del proprio know-how professionale e personale. Via Missaglia non è la sua strada, la strada in cui abita. E questo non è un elemento trascurabile. Per Marco, la social street può trovare il suo spazio all'interno del quarto tassello del welfare, può diventare un interlocutore efficace nei confronti delle istituzioni, piuttosto che nei confronti di altre realtà sociali coinvolte sul territorio. Marco si augura che la social street di via Missaglia entri a far parte di questo sistema.

### **Residenti in via Muratori e dintorni – Milano – social street**

Nel maggio 2014, Valeria Miola, trentenne, traduttrice, per lavoro itinerante, legge un articolo sul giornale dedicato alle social street e decide di avviare la sua in via Muratori, una via in cui abita da poco tempo. Pensa che una social street nella sua via possa essere una ottima idea, perché trova

bello e giusto conoscere le persone che ci vivono accanto e Milano non è una città che favorisce, normalmente, la socializzazione. La social street è un valido espediente per sapere cosa succede attorno, per sapere chi ti abita vicino. Tuttavia l'idea rimane un'idea, in quanto la social non ha mai preso l'abbrivio che Valeria sperava. Tra l'altro, attualmente, non abita neppure più in questa via, sebbene continui ad amministrare la social street. Valeria ha fondato con altri suoi amici l'associazione "Conca delle idee", che organizza attività culturali rivolte a tutta la città – corso di lingua inglese per bambini, biciclettate tematiche, ecc. Non avendo una sede fisica, le attività dell'associazione vengono realizzate presso la Cascina Cuccagna, una realtà aggregativa interessante per questa zona, a metà tra il centro e la periferia. Una zona piuttosto vitale, per la presenza di locali e negozi. Una via che ha la sua vita, afferma Valeria. L'unica attività realizzata come social street è stata nel mese di agosto 2014, una anguriata in strada. Una bella iniziativa, a cui tuttavia hanno partecipato pochi vicini. Valeria ha riscontrato molta diffidenza, soprattutto tra gli anziani. In realtà la social street potrebbe servire proprio a questo, a fare in modo che si abbassino le difese delle persone rispetto al prossimo. Con un po' meno diffidenza e un po' più di apertura possono nascere cose buone. Nell'esperienza di Valeria, le social street possono essere fondamentali per le metropoli, mentre probabilmente sono meno utili al Sud e per le piccole comunità. A Milano, una città percepita come fredda, frettolosa, che non si ferma mai, le social street potrebbero darle una sensazione di calore. La social street è innanzitutto comunità e socialità. Infine, Valeria mette a tema la differenza tra una social street e una associazione. La social street non deve essere solo di chi la fonda o di chi la amministra, bensì uno spazio aperto a tutti coloro che vogliono partecipare. Mentre le associazioni sono unilaterali, ossia le iniziative partono dai fondatori e sono rivolte a un pubblico, nelle social street

l'amministratore modera, ma non deve essere assolutamente considerato come colui che propone e organizza eventi. Al contrario, tutti hanno il compito di proporre e collaborare, ciascuno secondo la propria indole. Sarebbe opportuno che qualche membro del gruppo o qualche nuovo vicino si appassioni al progetto social street e inizi a dare qualche elemento di vitalità, in modo da riattivare la socialità nella social e nella strada. È evidente che Valeria, che peraltro non abita più in zona, non possa farsene carico. È lei stessa che fa sapere che non appena si stabilizzerà aprirà una nuova social street, più carica e consapevole. Attualmente Valeria non è più amministratrice del gruppo, che ha 4 amministratori e 2 moderatori, una massa critica sufficiente per ripartire.

### **Residenti in via Veglia - Milano**

Nel Maggio 2014, Matteo Clemente, insieme a sua moglie Anna – con l'aiuto di altre persone tra cui Fabrizio Frasca – decidono di avviare la social street in Via Veglia. Vengono a conoscenza del fenomeno social street da un loro amico che di mestiere fa il rilegatore proprio in via Fondazza, a Bologna. Matteo e Anna vivono nel quartiere da pochi anni, ma in realtà il motivo per cui aprono proprio qui la social street è che in Via Veglia ha sede l'associazione SperanzaXMilano, una chiesa evangelica nel Municipio 9, il cui responsabile della comunità è proprio Matteo. Anna è presente fisicamente nell'associazione, quindi nella strada, almeno due giorni a settimana e le capita di fare conoscenza di residenti, soprattutto anziani, che entrano da lei, magari solo per scambiare due chiacchiere. Al momento la social street non è particolarmente attiva, sono stati organizzati un paio di incontri, a cui hanno partecipato poche persone. Questa è una zona poco trafficata, con pochi negozi, in cui vivono molti anziani soli, che avrebbero

proprio bisogno di aiuto e di compagnia. Tra le iniziative promosse dalla social ricordiamo proprio la giornata dedicata ai giochi di una volta, che tuttavia, per motivi di scarsa adesione, non è stata ancora realizzata. L'idea è quella di non mollare, nonostante la bassa partecipazione, perché, afferma Anna, "la social street è fondamentalmente un aiuto pratico, concreto per le persone".

### **Residenti e passanti di viale Monte Nero - Milano**

Quella avviata nel maggio 2014 in via Monte Nero da Federico Caporal, in Facebook con il nickname Federico Retilibere, è una social street che non si è ancora attivata veramente, in primis perché sono mancate un po' di azioni da parte del suo fondatore/amministratore, ossia il pubblicizzarla in zona, il proporre incontri, occasioni di socialità, ecc. Federico si limita ad approvare le iscrizioni delle persone che di tanto in tanto fanno richiesta. Tra gli iscritti al gruppo c'è tuttavia uno zoccolo duro di una decina di persone che conosce personalmente, con le quali si potrebbe rilanciare la social street, ma al momento ciò non è ancora avvenuto. Questa è una bella zona di Milano, di negozi e di locali, molto frequentata anche per il tempo libero e il divertimento. Federico abita in via Botta, una parallela di Monte Nero, assieme alla sua compagna. Prossimo ai quarant'anni, Federico è originario di Verona e per lavoro fa il fotografo e il social media manager. Lavora e vive nella stessa abitazione, che è casa e bottega. Dal suo punto di vista le social street sono una esperienza "radical chic", nel senso che si sviluppano dove c'è benessere, dove le persone stanno bene e si preoccupano di migliorare quello che c'è già, affidandosi e fidandosi anche delle persone che hanno attorno. A differenza, chi vive in zone disagiate e più povere, avrebbe ugualmente bisogno della social street, ma difficilmente una social street

nascerà da loro, e soprattutto le persone che vivono in quelle zone sono più diffidenti, fanno più fatica a fidarsi gli uni degli altri. Secondo Federico la social street è un ottimo argomento da aperitivo, ovvero per un certo tipo di persone, che hanno certi stili di vita. Questa non è una critica ma solo una considerazione tratta dalla sua personale esperienza. È come se piovesse sul bagnato: laddove ci sarebbe più bisogno sono meno presenti e fanno fatica a svilupparsi. In realtà sappiamo che fanno fatica a svilupparsi anche nelle zone più agiate, come questa di Monte Nero, ad esempio, per ragioni differenti, chiaramente.

### **Residenti in Piazzale Gambara e dintorni – Milano – social street**

Viola Mazza è una trentenne milanese doc, che da oltre 6 anni vive in Piazzale Gambara, dove è proprietaria di un appartamento. È una giovane imprenditrice, ha una società di servizi culturali e si definisce “educatrice museale”. Nel giugno 2014, leggendo un articolo su una rivista, viene a conoscenza delle social street, verifica che nella sua via non ce ne sia già una, e, dal momento che non c’era, decide di provare ad avviarla. Questa zona è prevalentemente residenziale e sta conoscendo dei cambiamenti importanti sia urbani che sociali. Fino a pochi anni fa, la popolazione residente aveva una età piuttosto alta. Recentemente sono arrivati parecchi studenti, giovani, giovani coppie con figli. Hanno aperto alcuni servizi, una enoteca, un bar, hanno riqualificato la piazza rendendola pedonale. Nella piazza sbocca la metropolitana. Il tutto rende questa zona più movimentata rispetto al passato. Per queste ragioni Viola ritiene che la social street possa essere una idea interessante, per conoscersi tra vicini, per semplificare la vita quotidiana delle persone – supportarsi, darsi consigli, darsi delle dritte – per realizzare con i vicini delle attività anche culturali – un concertino, dei

mercatini, andare a vedere una mostra – e riscoprire assieme il proprio quartiere che è ricco di luoghi interessanti, poco conosciuti e valorizzati. L'idea della social street è creare dei momenti, delle occasioni di socialità, che siano gratuiti. A parte le difficoltà iniziali riscontrate da Viola legate all'avvio, con il tempo il gruppo è cresciuto in termini di iscritti al social, infatti la bacheca online funziona abbastanza bene, si è innescato un buon scambio di informazioni e favori. Sono stati anche creati dei file di scambio di libri (tipo bookcrossing) e di competenze (tipo banca del tempo). Per quanto riguarda invece le attività offline, la social street di Gambara organizza le famose “seggiate”, ossia degli incontri in piazza dove ognuno si porta la propria sedia, qualcosa da bere e da mangiare da condividere. Queste iniziative sono molto originali, importanti, a costo zero e a forte impatto sociale. Tuttavia sono generalmente poco partecipate, in quanto intercettano piccoli numeri di persone, mediamente non superiore alla decina. Un'altra iniziativa che i vicini fanno è la bicicletтата, a cui partecipano sempre in numero ridotto, una decina di streeters, appunto. Nel periodo di Halloween, in piazza realizzano una postazione con il trucca bimbi. Ecco questa ultima proposta risulta molto apprezzata e simpatica. Nel tempo Viola ha coltivato i rapporti con Roberto Chiapella<sup>5</sup> della Biblioteca Rembrandt, che era iscritto al gruppo della social street Gambara e attualmente è stato nominato moderatore del gruppo stesso. Si tratta di una interessante collaborazione tra esperienze nate dal basso, gratuite, ossia tra una social street e una biblioteca di condominio, la prima a Milano. Per Viola non basta iscriversi al gruppo, fare un like ogni tanto, Facebook è un mezzo per arrivare a dei momenti di incontro concreti. La partecipazione non può fermarsi all'online, ma progressivamente deve portare anche all'offline.

## **Residenti in via Sismondi e dintorni – Milano - Social Street**

Francesca Vigliani conosce il progetto della Social Street per lavoro. Ogni anno, l'agenzia di comunicazione digitale per cui lavora organizza una settimana di eventi, che si chiama Social Media Week: si tratta di eventi legati a diverse tematiche su innovazione, social media, tecnologia e quant'altro e uno degli eventi era dedicato al fenomeno delle Social Street. Nell'edizione del febbraio 2014, Francesca entra in contatto con questa realtà. In seguito si documenta online e si rende conto che esistevano già diversi gruppi a Milano. Di istinto avrebbe voluto crearne uno suo, ma non sapeva bene quanto lavoro avrebbe richiesto questa iniziativa, quindi ci rimugina su per un po' di mesi e alla fine, nel giugno 2014, lo apre. Tappezza via Sismondi con il template che aveva trovato sul sito di Social Street International e le persone così iniziano ad iscriversi. Ad agosto 2014 la social Sismondi ha fatto il primo aperitivo e si sono ritrovati al Boom, locale affianco al museo del fumetto, nella zona. Il locale si trova all'interno di un giardinetto e ha un dehors che nel periodo estivo è molto piacevole. Francesca è rimasta sorpresa perché sono arrivate 14 persone e tra l'altro è venuto anche un fotografo del "Corriere della Sera" e il giorno seguente hanno pubblicato un articolo. In quel periodo stavano scrivendo diversi articoli sulle Social Street e su cosa fare a Milano d'estate e quindi i vicini di casa della social street di Sismondi sono finiti sulla cronaca di Milano del Corriere della sera. Essendo il primo incontro non avevano preparato grandi attività. Poco dopo organizzano un secondo appuntamento, poco prima di Ferragosto, e anche in quel caso hanno partecipato una decina di persone, alcune di loro sono poi diventate habitué della Social Street. Il tutto è nato così, racconta Francesca. Dopo le vacanze estive, a settembre 2014, c'è stato un po' un calo nella frequentazione. Gli iscritti non partecipavano molto... Si vede che prima c'era stato l'effetto della novità: "Il problema è che se non c'è la partecipazione non si riescono neanche a realizzare progetti concreti,

perché va bene farsi l'aperitivo assieme, però se non c'è costanza rimane solo un evento sociale fine a se stesso. Ovviamente è piacevole conoscere i propri vicini: da quel momento, ho incontrato più volte persone della zona conosciute attraverso la Social Street". Ultimamente la partecipazione al gruppo, sia offline che online, è aumentata. Nel corso dei mesi la social Sismondi ha organizzato vari incontri e ne ha approfittato per provare diversi locali della zona. Di solito Francesca fa un sondaggio in modo che la data dell'incontro venga decisa di comune accordo: una volta decisa la data dell'incontro, parte il sondaggio per decidere dove trovarsi. Un'iniziativa che ha riscosso particolare successo è stata quella del social cooking, organizzata da California Bakery. Si sono trovati a casa di Bruno e Chicca, una coppia iscritta alla Social Street che abita in Via Sismondi e che ha gentilmente messo a disposizione la loro abitazione: "Eravamo una decina di persone, tutte donne, è stato molto carino: sarebbe bello riproporre qualche iniziativa simile". Non avendo un luogo ufficiale dove ritrovarsi è un po' difficile organizzare iniziative di questo tipo anche perché generalmente la gente è piuttosto diffidente: "Non tutti vogliono invitare sconosciuti a casa propria, perché non sai mai chi siano veramente! E, stando a ciò che sentiamo ai telegiornali ogni giorno, come dargli torto!". Ultimamente un'altra iniziativa che ha riscosso successo è stata quella del Ministero dei Beni Culturali del cinema a 2€. Sicuramente ripeteranno l'esperienza. Rispetto alla partecipazione, ai primi due incontri sono venute le stesse persone, poi molti di loro non si sono più visti, purtroppo. Tra loro c'erano delle persone molto interessanti fra cui molti giornalisti. Al momento c'è più varietà tra chi interagisce online mentre agli incontri bene o male di solito vengono sempre gli stessi. Di solito ci sono 8/10 persone fisse e persone che fanno un'apparizione. C'è più partecipazione da parte delle donne rispetto agli uomini. L'età dei partecipanti è piuttosto alta, la media va dai 45 anni in su.

Poche volte hanno partecipato giovani o coetanei di Francesca: “Credo che alcuni di loro non siano più tornati perché hanno visto che i partecipanti erano molto più grandi. È un peccato perché mi piacerebbe conoscere anche persone più vicine al mio age-range ma non è assolutamente un problema. Come dicono gli inglesi ‘age is just a number’ e io mi trovo bene con persone di tutte le età. Indipendentemente da questo infatti si sono sviluppati dei bei rapporti con alcune persone che ormai vengono a tutti gli incontri o quasi”.

Rispetto alle caratteristiche della zona, Francesca – che da 17 anni vive in Sismondi in una casa di proprietà – la conosce bene, sebbene abbia trascorso dieci anni di esperienze di lavoro-studio all'estero. Sismondi è un'area piuttosto residenziale: “All'inizio quando non c'era molta partecipazione, l'ipotesi era che, non essendo un quartiere ‘difficile’ dove magari si sente più il bisogno di coesione, le persone non fossero particolarmente interessate a iniziative di questo tipo. Il milanese ha il suo giro di amicizie, è preso dal lavoro e altre mille attività: è troppo impegnato per pensare ad altro”. Rispetto ad altri quartieri, questo non è un quartiere giovane – nonostante si trovi vicino a un polo universitario. Ticinese, San Gottardo, NoLo pullulano di giovani perché sono delle zone trendy, con locali, ecc. Sì, ci sono alcuni che studiano al Politecnico, ma non si registra comunque un alto tasso di giovani. Detto questo, secondo Francesca la sua “è una Social Street forse più attiva sull'online ma pian pianino vedo maggiore partecipazione anche agli eventi. A Milano le persone tendono a rimanere un po' ‘nel proprio’, non c'è particolare interesse nel ‘farsi nuovi giri’, si mantengono le frequentazioni che si sono già create negli anni. Si ha molta diffidenza nei confronti di chi non si conosce”. Guardando al futuro, a Francesca piacerebbe che la sua social diventasse una vera e propria comunità di persone che si aiutano a vicenda, che escono assieme. Poter camminare per strada e incontrare un

sacco di persone che conosci, persone con cui condividere interessi e tanto altro. Quindi proprio una community attiva. Oltre agli aperitivi Francesca vorrebbe organizzare altre attività di gruppo: dalla visita ad una mostra, ad una scampagnata a un corso realizzato tutti insieme. Per quanto riguarda progetti un po' più sociali, quello che avevano pensato all'inizio era di dedicare un momento in cui ci si mette a disposizione per portare la spesa a casa agli anziani o comunque alle persone che hanno problemi di mobilità: "Ovviamente lo puoi fare con il tuo negozio di fiducia che può quindi garantire che sei una persona fidata e segnalare ai propri clienti che possono essere aiutati nel trasporto della spesa. Questa è solo una piccola idea, sarebbe bello poter effettuare un qualche tipo di volontariato di gruppo. Ho notato che ci sono tante persone attive nel volontariato in questa Social Street". Le tre parole scelte da Francesca per descrivere la social street sono: comunità, partecipazione e convivialità: 1) "comunità come famiglia, legami; 2) partecipazione come quello che si può fare, quindi la gente partecipa per aiutarsi, per creare qualcosa, per vivere meglio, ed è, secondo me, uno dei valori che è proprio alla base perché se no la Social Street senza partecipazione rimane solo un gruppo asettico; 3) convivialità, perché è quello che poi spero che sia il risultato". Un'ultima questione sta a cuore a Francesca: "La Social Street deve essere apolitica e su questo sono veramente rigida. Nel periodo elettorale ho fissato in alto un post che vietava in modo assoluto post legati alla campagna elettorale. Devo dire che i membri del gruppo sono stati molto bravi e hanno rispettato questo divieto. Ti assicuro che nel gruppo sono iscritti diversi assessori o comunque persone che sono molto attive sulla scena politica milanese e nessuno ha infranto le regole".

## **Residenti in zona Niguarda – Milano – Social street**

Nel quartiere Niguarda, nel luglio 2014, Yael Reuveni – quarantenne, artista-mosaicista, israeliana, in Italia da 15 anni, coniugata con un italiano residente da sempre in zona e mamma di due figli – apre la sua social street, poco dopo aver avviato, sempre in zona Niguarda, un'altra attività, uno spazio culturale per il quartiere, uno spazio per tutti – lo Spazio MY G. Yael sente che a Niguarda – secondo lei “la periferia più bella di Milano” – manca un luogo come questo e decide di prendere uno spazio che si era liberato, una ex-officina, di ristrutturarlo e di renderlo polifunzionale per le persone del quartiere, in particolare i bambini, che vanno a scuola lì vicino, a due passi dal Parco Nord. Nel locale di Yael si mangia sano, biologico, cucina vegana e vegetariana, alimenti cucinati direttamente da lei, si possono comprare e leggere libri. In questo spazio si fanno diverse attività e corsi per bambini, legati alla creatività. In poco tempo lo Spazio MY G è diventato un luogo del quartiere, familiare, dove le persone che entrano si sentono a casa, dove ciascuno dà una mano per quello che può e che sa fare: appendere un quadro, aggiustare un rubinetto, ecc. Oltre ad essere sede fisica del GAS del quartiere, può accadere che i vicini di casa ci passino del tempo per lavorare, o che chiedano a Yael di poterlo utilizzare per qualche ora per qualche attività che devono svolgere. Tutto questo qui è possibile. Questo per Yael è un luogo della social street, messo a disposizione dei vicini di casa, che si apre alla strada; ma ovviamente auspica che con il tempo si crei una rete tra questo spazio e altri luoghi in zona, tra le persone che abitano qui. Non solo il centro ma anche la periferia ha bisogno di luoghi come questi, di punti di aggregazione. Yael sa ascoltare quello che manca e a suo avviso a Niguarda mancavano sia uno spazio come il suo sia una social street. L'idea di comunità che ispira Yael è il *Kibbutz*, ovvero una comunità in cui si fa insieme, dove ognuno porta qualcosa, dove l'unione fa la forza. Il suo spazio è uno spazio di tutti, in cui tutti possono portare un contributo, qualcosa di

loro. Yael porta la novità in quartiere – lo spazio e la social street – e, come afferma lei stessa, “questa è la mia missione”.

### **Romolo – Milano – Social street**

Siamo nel mese di luglio 2014 e Giuseppe Salzillo, quarantenne coniugato con un figlio, nato a Caserta e residente dal 2007 nella via Carlo Torre, decide assieme ad altri tre suoi amici – con rispettive famiglie – di avviare la social street di Romolo. Un ex quartiere operaio, che nell’ultimo decennio è cambiato molto. È un quartiere in cui è piacevole vivere, a detta di Giuseppe. La social street per lui che viene dal Sud non può esistere a Napoli perché lì la socialità di prossimità esiste già, esiste da sempre. Mentre a Milano, che è una “città abitata da tutta l’Italia” le persone vanno alla ricerca di spazi e occasioni di socialità che fanno fatica a trovare spontaneamente. E così è stato anche per lui. All’inizio Giuseppe è partito alla grande, con molta energia, pressando un po’ gli altri con idee, richieste. Tuttavia ha ben presto dovuto fare i conti con i tempi degli altri, con le loro inerzie. La social street di Romolo, ad oggi, ha realizzato pochi eventi. Solitamente ci si incontra nel parco Powell – non molto lontano dai Navigli, nel parco Segantini, dove si ha anche la possibilità di coltivare l’orto. Per Giuseppe la mission della social street è socializzare con i vicini per scambiarsi professionalità, rafforzare la conoscenza e condividere necessità. La social street è un “luogo di incontro, privo di quel sarcasmo, cinismo e disfattismo, che invece c’è molto su internet. È un luogo dove poter incontrare, nella semplicità del quotidiano, la complessità, che poi caratterizza la vita di ciascuno di noi”.

## **Residenti in Via Montecatini e dintorni – Milano – Social Street**

Angelica Maineri è una sociologa, ricercatrice e fa parte dell'Osservatorio sulle Social Street. Incontra le social street durante gli studi universitari alla Cattolica e decide di dedicare un approfondimento a questo fenomeno anche nella sua tesi di laurea triennale. Una volta laureata, nel mese di ottobre 2014, avvia la sua social street, in via Montecatini. Tuttavia di lì a breve lascia Milano per andare prima a Trento a frequentare la laurea specialistica e a seguire all'Università di Tilburg dove attualmente vive e lavora. Angelica è poco presente a Milano e quindi può seguire le attività della sua social street solo attraverso il gruppo Facebook che continua tuttavia ad amministrare, insieme ad un'altra persona che invece vive in loco. La social street di via Montecatini è ancora "molto molto embrionale", sebbene all'inizio Angelica si sia adoperata a pubblicizzarla, attraverso il volantaggio. Ha provato anche ad organizzare un aperitivo e una colazione, alle quali tuttavia non ha partecipato nessuno. Il condominio dei genitori di Angelica, nel quale continua a vivere quando rientra da Tilburg, è un condominio sociale, in cui i condomini si conoscono, si aiutano. Da piccola giocava in cortile con i bambini del condominio e a guardarli c'era una mamma, una mamma per tutti. Probabilmente Angelica quando ha avviato la social street aveva intenzione di allargare alla via quello che già accadeva nel suo condominio. Via Montecatini è una via piccola, senza negozi, poco distante dalla social street di Parco Solari, una delle più attive di Milano: "Via Montecatini è una zona di cerniera tra Parco Solari – una zona comunque bella e ben abitata – e Lorenteggio. Siamo una zona di confine. Ci sono appunto abitazioni residenziali belle, bella gente, però poi ci sono anche i centri massaggi cinesi che stanno aprendo. Nella mia zona si vede molta varietà proprio perché siamo un po' una cerniera tra queste due zone". Per Angelica la social street non è il posto ideale per i ventenni, è poco attrattiva per loro, che sono impegnati negli studi e soprattutto hanno altri

luoghi e modi di incontrarsi. Lei stessa, da studentessa, ha vissuto poco il suo quartiere, che attraversava quotidianamente in maniera molto veloce. Le social street sono più frequentate da chi ha fatto famiglia, da chi ha superato i trenta, dalle donne, meno dagli studenti e dai ventenni. Questa almeno è l'esperienza di Angelica.

### **Residenti in Piazza Santa Maria del Suffragio – Milano – Social Street**

Luigi Filipetto, redattore in pensione, coniugato con due figli, di anni ne ha 78. Al momento è il fondatore più anziano di Milano e anche uno dei più attivi sia sul social che sul territorio. Di origini trevisane, Luigi vive a Milano dagli anni Sessanta e da circa trent'anni nel quartiere Suffragio. In questi anni Luigi ha bazzicato intorno a quello che si chiamava Consiglio di zona 4, che ora è diventato Municipio 4; partecipava anche alla Commissione cultura, il campo che lo ha sempre interessato. Vivendo in questo quartiere del Suffragio e, parlando con amici e comuni cittadini, Luigi sentiva sempre questo lamento: "Ah! Qui è il degrado che peggiora di giorno in giorno". Per cui a un certo punto Luigi si rende conto che forse è il caso di cominciare a pensarci su un attimo, di vedere di muovere qualcosa che dia avvio a una maggiore aggregazione, prima di tutto fra le realtà che ci sono nel quartiere. In effetti poi ha scoperto che realtà operanti nel quartiere ce ne erano tante, che neanche conosceva: oltre al Comitato XXII Marzo, associazioni di solidarietà, sportive, musicali, culturali, artistiche. Un'altra ragione che ha spinto Luigi a mettersi in campo è stata la constatazione che nel quartiere avevano cominciato a muoversi delle realtà importanti. C'era un mercato comunale coperto e inattivo da molti anni e finalmente il Comune con un bando l'aveva assegnato a un gestore privato. Ora è già operativo da circa un

anno. Dopo un normale rodaggio, il desiderio è che il mercato coperto si possa configurare non solo come luogo di vendita e di consumazione, ma anche come centro di aggregazione sociale e culturale. E la social street è pronta a collaborare. Un'altra realtà importante e già operativa da oltre un anno è il Giardino delle culture, recuperato da un'area abbandonata all'incuria da circa un ventennio. Sui muri delle case adiacenti ora si possono ammirare i murales del famoso writer Millo. Si sta muovendo anche il recupero, a uso abitativo con le caratteristiche del cohousing, dell'edificio di Corso XXII Marzo 22, inizialmente di proprietà del Comune di Milano, poi passato a una fondazione. Era abbandonato da circa vent'anni. L'edificio se l'è assegnato la società New Coh con la quale Luigi ha già avuto un primo contatto di carattere informativo. Purtroppo bisogna dire che questi beni abbandonati al degrado per decenni e decenni alla fine danno un tono di rassegnazione anche ai cittadini. Questo è uno dei segni negativi delle grandi città, che ora poi sono diventate città metropolitane. Ma la gente è sempre la stessa, quella di ieri e dell'altro ieri, vive come smarrita, si aspetta che faccia il Comune, il Municipio. Ai residenti del quartiere Suffragio piacerebbe tanto vivere un'altra dimensione fra loro, quella più terra terra, quasi paesana. Il quartiere è occupato per buona parte da palazzoni che erano proprietà della Beni Immobili Italia. Negli anni della grande immigrazione dal Sud molte famiglie avevano occupato questi palazzi. Era quindi un quartiere popolare. Poi questi palazzi sono passati di proprietà, ci sono stati molti sfratti, alcuni sono riusciti ad acquistare i loro appartamenti. Negli ultimi decenni c'è stata una notevole trasformazione, oggi si va dal benessere vero e proprio alla povertà vera e propria. La social street del Suffragio è un gruppo laico e fatto di volontari. Il loro obiettivo è quello di concentrarsi in modo primario e prevalente sulla persona in sé senza guardare a quello che è, al colore che ha, alle origini. Ritengono anzi che le differenze culturali e religiose

costituiscono un valore per una convivenza fra persone. Di questo si tratta infatti, di convivenza, prima ancora che di integrazione o peggio di assimilazione. Per questo si sono costituiti e hanno cominciato a incontrarsi. Pur essendo un gruppo laico, hanno trovato una buona disponibilità nel parroco del Suffragio, che ha aderito al gruppo e ospita gli incontri. Come prima cosa la social del Suffragio ha sentito il bisogno di offrire ai cittadini un'occasione per ragionare sui problemi del quartiere e anche per farsi conoscere. Il Consiglio di zona 4, su loro proposta, ha organizzato un'assemblea pubblica presso il Teatro Arca. Questo nell'aprile 2014. Sono stati distribuiti 3000 questionari nei condomini, nei negozi, dappertutto. In questo modo sono entrati nelle case e i cittadini ne hanno parlato fra di loro. Sono stati individuati alcuni punti di raccolta dei questionari. Questa è stata anche un'occasione di democrazia e di partecipazione, perché in fondo, dice Luigi, la democrazia parte dal basso. Le risposte sono giunte più abbondanti del previsto, sono state elaborate e i risultati presentati nel corso dell'assemblea, che è stata molto partecipata. Nel 2015 la social ha organizzato la prima Giornata delle Associazioni con una presenza di cinque associazioni. Nell'ottobre 2016 si è svolta la seconda edizione. Quello che la social street si aspetta, oltre alla possibilità per i cittadini di conoscere queste realtà vicine, è anche l'avvio di una collaborazione reciproca fra le associazioni, naturalmente nel rispetto dei propri campi di attività. Per esempio, Caritas del quartiere e l'associazione Terza Settimana hanno iniziato già una bella collaborazione nel sociale. Quello che pesa come un macigno oggi sulla testa della gente è la paura, la paura di tutto, in particolare dell'altro diverso da noi. I fatti gravi che quasi giornalmente si susseguono alimentano ancora di più questo stato di malessere. Dice Luigi: "Siamo arrivati al paradosso che la prima cosa che uno dice è di aver paura". Una cosa che secondo la social del Suffragio deprezza e umilia la persona.

Non si tratta di negare o di sottovalutare la gravità di quello che sta succedendo nel mondo. Si tratta solo di riprendere le redini della propria vita e di porsi di fronte a questi fatti guardandoli in faccia e di sfidarli con la volontà di tirare fuori le migliori risorse che uno possiede per guardare al domani e non fermarsi all'oggi. Con questa convinzione, la social street del Suffragio ha organizzato delle assemblee proprio per guardarsi in faccia. A una sono stati invitati alcuni rappresentanti di comunità straniere. Il titolo dell'incontro era: "Parliamoci senza paure. Le comunità straniere si raccontano". In un'altra assemblea è stato affrontato il problema del terrorismo e sono stati invitati rappresentanti di comunità straniere provenienti dai paesi dell'Islam. Il titolo dell'incontro era: "Terrorismo e immigrazione. Vero o falso problema?". La parrocchia del Suffragio ha organizzato una serie di incontri per conoscere l'Islam. La social street ha partecipato attivamente a divulgare l'iniziativa, che ha avuto un grande successo di pubblico. Un'altra assemblea è stata dedicata ai rifugiati.

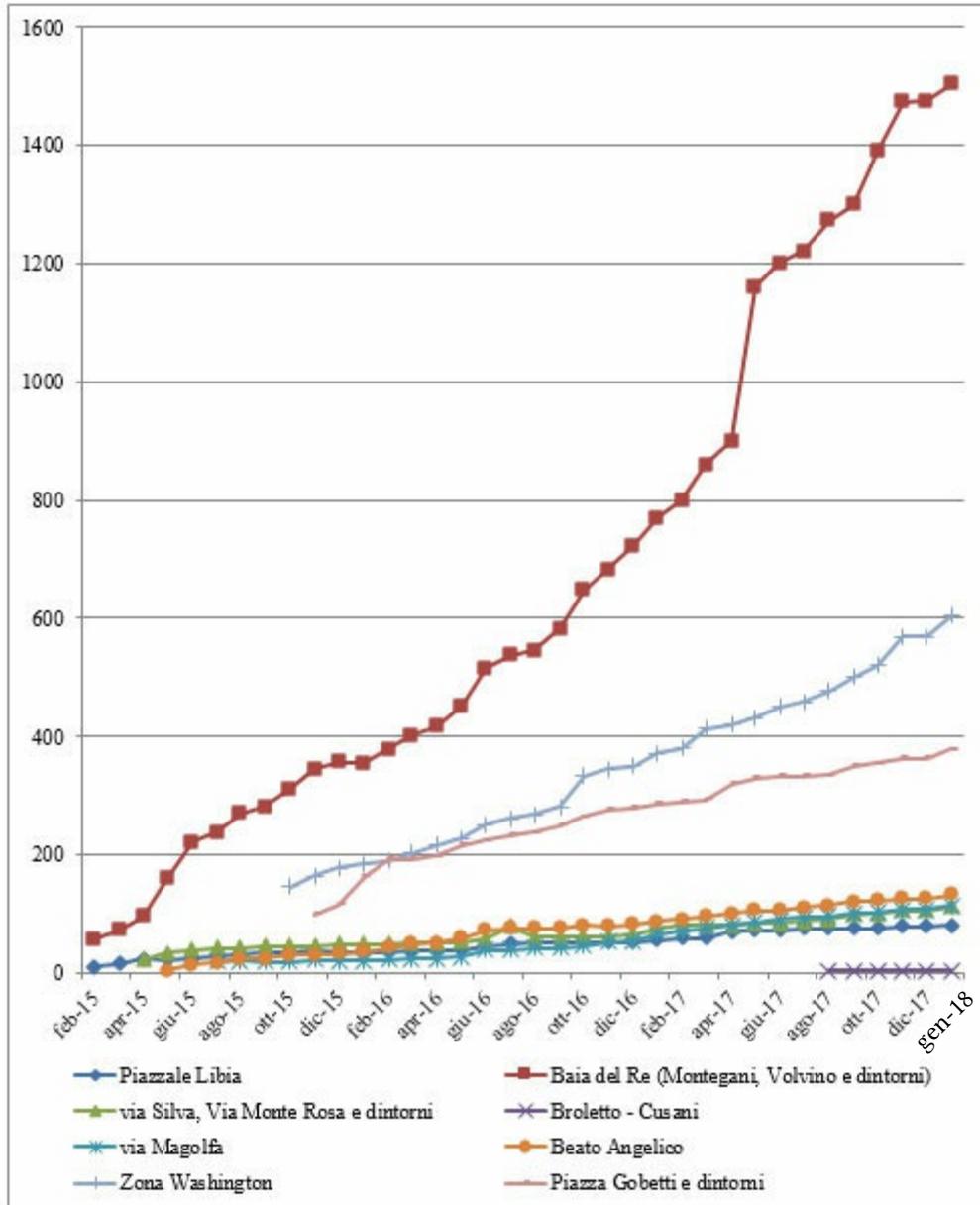
La parte più importante del lavoro della social street del Suffragio è quella che si può chiamare mediazione e collaborazione socio-culturale. Cioè far emergere quello che già esiste e portarlo a conoscenza dei cittadini. Non si può non raccontare anche del Mercato contadino del sabato al Suffragio: "Ai contadini che fanno chilometri e chilometri per vendere i loro prodotti viene facile l'ironia, più che di filiera corta, dicono, con noi bisogna parlare di filiera lunga. Vengono infatti dal Mantovano, da Brescia, Bergamo, partono alle cinque del mattino e spesso capita che fanno ore e ore di coda. Bisogna riconoscere che sono tosti e non mollano". Tanti altri mercati avviati con bando comunale hanno resistito qualche mese e poi hanno rinunciato. Da loro è partita l'iniziativa "Una mela per tutti", che ha permesso di distribuire gratuitamente e in pochi mesi, tramite le associazioni solidali, ben 120 quintali di mele scartate dalla grande distribuzione perché non rispondenti ai

parametri da essa stabiliti. Loro hanno pensato di rispondere così, di regalare le mele brutte ma buone. Su questa iniziativa la social del Suffragio si è buttata a capofitto. E anche sulla sensibilizzazione contro lo spreco dei frutti della terra, sempre avviata dai contadini, con la loro piena collaborazione. Con l'aiuto di Ilaria e Paolo, due clown che operano nella zona, la social va nelle scuole a parlare delle mele brutte ma buone e poi i bambini disegnano il messaggio che hanno ricevuto. "Stiamo organizzando una grande mostra dei loro disegni". Il Mercato contadino ha un calendario di proposte che copre tutto l'anno: laboratori di formaggio, di maschere a carnevale, esposizioni di spaventapasseri, campagne contro il trattato internazionale chiamato TTIP che è una grave minaccia ai prodotti originali contadini, la pittura delle zucche per la festa di Halloween, esposizione di arnia con le api e naturalmente l'ape regina, la giornata dei fiori e della lavanda con regalo di fiori e lavanda, la giornata in cui si regalano le borse del Consorzio Mantovano, la giornata delle capre e delle pecore con tosatura e mungitura dal vivo, la giornata della sgranocchiatura e della macina del mais, ecc. Quasi tutti i sabati infine sono invitati gli artisti di strada che suonano, cantano, fanno i giocolieri, i clown, i burattinai: "Sono bravissimi e vengono a cappello. Però alla fine i contadini riempiono per loro un borsone del consorzio dei loro prodotti. Il vero baratto, come ai vecchi tempi. Si calcolano oltre venti gli artisti che ormai sono diventati amici del sabato del Suffragio".

L'impegno della Social street del Suffragio sul territorio è consistente e continuativo e, per tutti questi motivi, importante. Luigi Filipetto, unico amministratore, è la mente organizzativa di molte iniziative, ma anche il braccio operativo, sempre in prima linea. Nelle social street i protagonisti principali sono le persone in mezzo alle quali vivi. Quindi, per Luigi, prima di tutto bisogna essere presenti qui, sul proprio quartiere.

## Le social nate nel 2015 a Milano

Fig. 4 – Trend di crescita online delle social nate nel 2015 a Milano (serie storica: febbraio 2015 – gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 5 – Le social nate nel 2015 a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper tura	Muni cipio	Fondatore	Num Amm	Iscrit Gen 2016	Iscrit Gen 2017	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
56	Piazzale Libia	Gen 2015	4	Sabrina Sutto	1	36	56	80	A	P
57	Baia del Re	Gen 2015	5	Lorenzo Spolaor/Marco Servienti	6	354	770	1502	A	P
58	Silva, Monte Rosa	Gen 2015	8	Barbara Campana	1	47	75	113	A	P
59	Broletto-Cusani	Gen 2015	4	Alessandro Martello	1			5	L	S
60	Magolfa	Apr 2015	5	Claudio Bozzatello/Franco Broccardi	3	20	66	114	A	P
61	Beato Angelico	Mag 2015	3	Roberto Chiarelli	1	36	88	131	A	P
62	Washington	Giu 2015	7	Francesco Caruso	2	184	372	604	A	P
63	Gobetti	Nov 2015	3	Marco Danelli	4	163	287	378	A	P
Legenda: Stato: A = Attiva, L = Latente Trend: P =Positivo, N=Negativo, S=Standby										

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Residenti in Piazzale Libia – Milano – Social Street

Sabrina Sutto, quarantenne milanese doc, è nata e cresciuta in Piazzale Libia e con il tempo ha conosciuto le sue trasformazioni, non propriamente positive, legate alla sicurezza così come al degrado delle aree verdi che verdi non sono più. Attualmente, in Piazzale Libia vive ancora sua madre ottantenne e una delle ragioni per cui avvia la sua social street nel gennaio 2015 è proprio pensare di poter restituire il piazzale ai residenti, anche agli anziani, ai bambini, ripensarlo come una area composita, in cui ci sia spazio per i bimbi, per il gioco, per i cani, ma anche per il fitness. Sente parlare di social street a una cena, a cui partecipavano altri fondatori di social street limitrofe. Da parte sua aveva avuto già una esperienza simile, non propriamente una social street, bensì un gruppo per la casa al mare, in cui

tra vicini di casa si scambiavano molte informazioni. Direttore creativo, Sabrina è molto impegnata e sa bene come funziona il mondo, tuttavia ha voluto ancora sperare che qualcosa di buono, senza secondi fini, si possa fare in questa società, nella sua città. Per questo si butta senza troppo pensarci nell'ennesima sfida impossibile, ovvero la social street. Sabrina ha scritto chiaramente in bacheca che le persone che si iscrivono al gruppo debbono essere proattive, altrimenti ha poco senso farne parte. La sua posizione è molto chiara, non deve essere lei a fare/a dire, ma tutti hanno il compito di impegnarsi, proporre. Ha nominato un amministratore che possa aiutarla, perché da sola si fa fatica, ha poco senso e si va poco lontano. Non si è data un tempo, dei numeri da raggiungere. Non ha fretta. Resta convinta che la social street non debba essere utilizzata per secondi fini, una delle ragioni per cui pensa che probabilmente il gruppo resterà formato da lei e “quattro disgraziati che non scrivono”. Nelle città come Milano manca la fiducia reciproca, che verosimilmente passa dalla conoscenza reciproca. Se non conosci non puoi fidarti. Ma è anche vero che i milanesi, per carattere, non hanno sempre voglia di conoscersi tra vicini, molto spesso stanno anche bene rintanati nelle proprie case, per poi essere molto simpatici e sociali quando escono fuori porta. Questa almeno è l'esperienza di Sabrina.

### **Residenti Baia del Re (Montegani, Volvino e dintorni), Mi – Social Street**

Era il mese di gennaio 2015 quando anche a Baia del Re nasce una social street. Sono Marco Servienti – che ha un negozio di tessuti in via Montegani – e suo nipote Lorenzo Spolaor, che si fanno carico di questo inizio, supportati anche da altri vicini, tra cui Giuseppe Gattavara. Lorenzo ha vent'anni, è studente fuori sede alla Bocconi, dove studia Economia e

Scienze Sociali. I suoi genitori sono originari di Milano, dove peraltro ha vissuto anche lui in passato qualche anno. Qui ha anche sua nonna, con cui vive. La social ha vissuto due fasi: la prima virtuale, in cui prevalentemente gli amministratori postavano iniziative, messaggi riguardanti la zona e la seconda reale, più concreta, operativa in cui sono stati realizzati degli incontri/delle iniziative sul territorio. Tra i primi eventi, tutti molto partecipati a dire il vero, ricordiamo la festa di fine estate, che si è svolta a settembre 2015, a Chiesa Rossa, con musica, cibo e tanta socialità di vicinato. Iniziative simili ne sono state realizzate in seguito: aperitivi, colazioni, pizzate, ecc. Di recente, nel 2017, proprio in via Montegani, hanno fatto un aperitivo in strada, avvalendosi dello street food. Iniziativa assolutamente riuscita. Ci sono anche attività che prevedono interventi sul territorio: la pulizia di aree verdi in zona, come di recente è stato fatto, restituendo ai vicini un'area in cui giocare a bocce. Si tratta semplicemente di armarsi e partire, fare concretamente piccole azioni, che possono portare benessere collettivo. Questi micro blitz sul territorio sono anche un motore/acceleratore di socialità. Molte giornate dedicate alla riqualificazione urbana terminano con un sano e meritato momento di convivialità. Prima si lavora e poi si festeggia tutti assieme il risultato portato a casa. La zona di Baia del Re ha vissuto negli ultimi anni una fortissima immigrazione, in particolare un incremento significativo di abitanti di cultura araba. Questa è una zona importante di Milano, a poca distanza dal centro, con alcuni problemi di sicurezza, che non possono essere trascurati troppo a lungo. In definitiva il desiderio di Lorenzo Spolaor è che un giorno la social street “oltre ad essere un veicolo di socializzazione per gli abitanti di una zona sia anche un veicolo di integrazione”. La social di Baia del Re confina con quella di San Gottardo-Meda, con cui si sono stabiliti “buoni rapporti di vicinato”, collaborando su diverse iniziative comuni. La social street Baia del Re è un

gruppo di vicini attivi, che se hanno in mente delle idee “semplici ma buone” provano a realizzarle, si spendono con altruismo. Vogliono al contempo sentirsi liberi di fare, agendo piuttosto che passare il tempo a lagnarsi per le cose che non vanno, piuttosto che lamentarsi di coloro che dovrebbero ma non fanno. Una sana intraprendenza, una sana energia, incanalata in progetti virtuosi, che è bene non spegnere, per il bene della città e dei suoi abitanti. Uno spirito libero e al contempo attento e impegnato: questa è la filosofia di questa social street.

### **Social Street – Residenti in via Silva, via Monte Rosa e dintorni - Milano**

Nel gennaio 2015 Barbara Campana – quarantenne, milanese doc, da oltre 10 anni residente in zona via Silva-Monte Rosa – decide di avviare proprio qui la sua social street. Libero professionista, Barbara si occupa di comunicazione e organizzazione di eventi e viene a conoscenza del fenomeno social street parlando con un suo caro amico. Di tempo libero ne ha poco, tanto che dopo averla avviata non può dedicarle energie. Tuttavia, nessuno si è reso disponibile a darle una mano per gestire il gruppo, per proporre attività nel quartiere. Da sola non riesce a fare nulla e se le cose non cambieranno in futuro questa social è destinata a cessare, ad essere chiusa. Il quartiere in cui vive Barbara è “una zona davvero tranquilla, accogliente, elegante ma al tempo stesso di quartiere, ben servita nei servizi e nei mezzi”, tanto che non cambierebbe mai zona. Quando ha avviato la sua social street Barbara sperava di creare aggregazione nel quartiere, aiuti e nuove conoscenze reciproche, ma al momento tutto questo non si è purtroppo realizzato. Sebbene sia una ottima opportunità per la comunità, per comunicare e condividere esperienze, messaggi e servizi, la social street

al tempo stesso richiede molto impegno nella gestione e nel coordinamento. Un tempo che Barbara non può dedicarle. Ma nel gruppo, attualmente, ci sono almeno altre 90 persone che potrebbero, se solo volessero, farsene carico, rendersi più attivi. Magari succederà.

### **Residenti in via Magolfa – Milano – social street**

In via Magolfa al 14 c'è un condominio “solidale”, in cui i residenti – circa una trentina di famiglie – sono soliti non soltanto parlarsi, salutarsi ma anche organizzare aperitivi, feste nel cortile interno. Non è un caso allora che tre amici residenti nel condominio – Claudio Bozzatello, Franco Broccardi e Marco – decidano nell'aprile del 2015 di avviare una social street in via Magolfa. Il loro intento è estendere lo spirito social(e) che si è creato nel loro condominio al resto della strada. Una piccola strada, una traversina dei Navigli, parzialmente pedonale, con una piccola piazzetta, con pochi negozi; una strada che, da qualche anno a questa parte, il sabato sera viene vissuta dai giovani della movida milanese come vespasiano. Il degrado del sabato notte turba i residenti in via Magolfa e la social street può essere un modo per connettersi, per informarsi, per dar vita a qualche iniziativa. Ad esempio riprendersi la strada, la piazzetta il sabato sera e farci delle attività per i vicini di casa, tipo la proiezione di film, usufruendo di un servizio itinerante. La social street diventa allora un mezzo per fare cose assieme e, male che vada, resta sempre il condominio come ancora di salvezza, in cui si possono fare cose, organizzare momenti di socialità. Tra le varie attività il cortile ha ospitato PianoCity, ossia un evento in cui è venuto a suonare un musicista giapponese. Secondo Claudio – che nella vita fa il regista televisivo e vive nel condominio dal 2003 – via Magolfa è una “via un po' dimenticata e la social street può servire per cercare di fare movimento sulla

via”. Via Magolfa è una via che merita attenzione, fosse solo per il fatto che proprio qui c’è la casa di Ada Merini, recentemente ristrutturata, in cui si fanno eventi, presentazioni di libri. Via Magolfa è abitata da professionisti, le case sono piuttosto costose, non ci sono case popolari, che invece si possono trovare poco lontano, in via Gola, dove le criticità del tessuto sociale sono di altra entità, sono strutturali e non legate esclusivamente al sabato sera.

### **Residenti in Via Beato Angelico e dintorni – Milano – Social street**

Salvatore Chiarelli, detto Roberto, di anni ne ha 56. Originario di Trapani vive a Milano da oltre 30 anni e da circa 6 nel Municipio 3, in via Beato Angelico. Informatico, Roberto ha lasciato il lavoro di ufficio per dedicarsi ad una propria attività nel campo della ricettività. Oggi infatti gestisce un B&B nella casa dove abita. Roberto racconta che, venuto a conoscenza del fenomeno social street dai media, sente l’esigenza di aprire la social street nella strada dove abita, con l’intenzione di aggregare quanti più vicini possibile, con la finalità di migliorare la sicurezza della zona, di prendersene un po’ cura come cittadini, dal momento che l’amministrazione locale e lo stesso Municipio non sempre sono presenti sul territorio in maniera efficace. La zona di Beato Angelico è un quartiere abbastanza tranquillo, ben servito dai mezzi, con una popolazione residente piuttosto avanti negli anni. La popolazione anziana del quartiere non usa Facebook, dice Roberto, perché è piuttosto diffidente di questo strumento: “Molti residenti non si sono iscritti alla Social street perché temono Facebook, così mi han detto quando ho pubblicizzato la nascita della Social street con volantini porta a porta”. Roberto ha provato ad organizzare delle occasioni offline per conoscersi, ma non hanno funzionato. I problemi sono due: diffidenza e scarsa partecipazione degli iscritti. Per il futuro, se la situazione non cambierà,

Roberto ha ipotizzato il seguente scenario: “Se l’andamento sarà questo credo verrà chiusa oppure cercherò di trasformarla in Social district cercando di aggregare tutte le piccole Social street che già esistono nella stessa zona”. Sebbene Roberto riconosca le potenzialità di una social street, definendola “un punto di aggregazione di cittadini che si scambiano servizi e collaborano per migliorare il proprio quartiere”, appare piuttosto critico rispetto alla propria esperienza. Le parole che sceglie per descrivere la social di Beato Angelico sono: statica, passiva e disinteressata. Infine, rispetto al rapporto con le istituzioni politiche, dal suo punto di vista, è auspicabile un dialogo, in quanto “la collaborazione fra istituzioni e cittadinanza è sempre positiva”.

### **Residenti zona Washington – Milano – social street**

Francesco Caruso – in Facebook come Francesco Carù –, trentacinquenne, siciliano di Pachino, si trasferisce a vivere a Milano dieci anni fa, dove lavora come pubblicitario. Abita in zona Washington da oltre un anno e, nel giugno 2015, avvia la sua social street. Mentre a Pachino – città di circa 20.000 abitanti – ci si conosce bene o male tutti, a Milano Francesco sperimenta che non è così: “Mi ricordo che quando ero piccolo sia i miei genitori che i vicini di casa d’estate si mettevano fuori con la sedia e si chiacchierava...insomma, ci si incontrava...andavi una volta a casa di un parente...e poi oltre ad essere vicini e a conoscerci, eravamo quasi tutti imparentati, quindi già il paese era piccolo, il quartiere ancora di più, si creava un clima forte, un legame forte con le persone che abitavano vicino. Mi sono sempre portato dietro questo valore di vivere il vicinato in questo modo. Ovviamente ho sposato questa fantastica idea di Social Street”. Il problema dell’indifferenza è un problema reale, che sente, per cui è sceso in

campo con la social street, in una zona non semplicissima da coinvolgere: “Non è molto semplice come quartiere, perché via Washington è abbastanza residenziale come zona. Ci sono parecchi negozi, quindi fundamentalmente la via Washington è molto commerciale, ha un’anima parecchio commerciale, però tutto attorno ci sono delle zone anche di verde, come il parco”. Ci sono anche diverse aree verdi che possono essere riqualificate. In passato qualcuno scriveva nella social per lamentarsi di alcune cose del quartiere, ma il gruppo Facebook della social non è soltanto lo spazio dello sfogo: “Infatti ad un certo punto ho chiesto di cercare di non vedere soltanto le robe negative del quartiere, ma di apprezzare anche quelle più belle. Alla fine è ovvio che dappertutto ci sono le cose che non vanno”. Per Francesco la social street è “un modo più vero di vivere le relazioni con i propri vicini”, a lui piacerebbe poter ricavare da questa esperienza più socialità di vicinato: “Alla fine, mi piacerebbe poter uscire di casa, interagire con le persone che sono vicine, una volta andare al bar e chiacchierare con la gente del posto, che conosci perché sai che vive lì e sai che come te vive un po’ quei posti in cui lavori e vivi anche tu”.

### **Residenti in Piazza Gobetti e dintorni – Milano – Social Street**

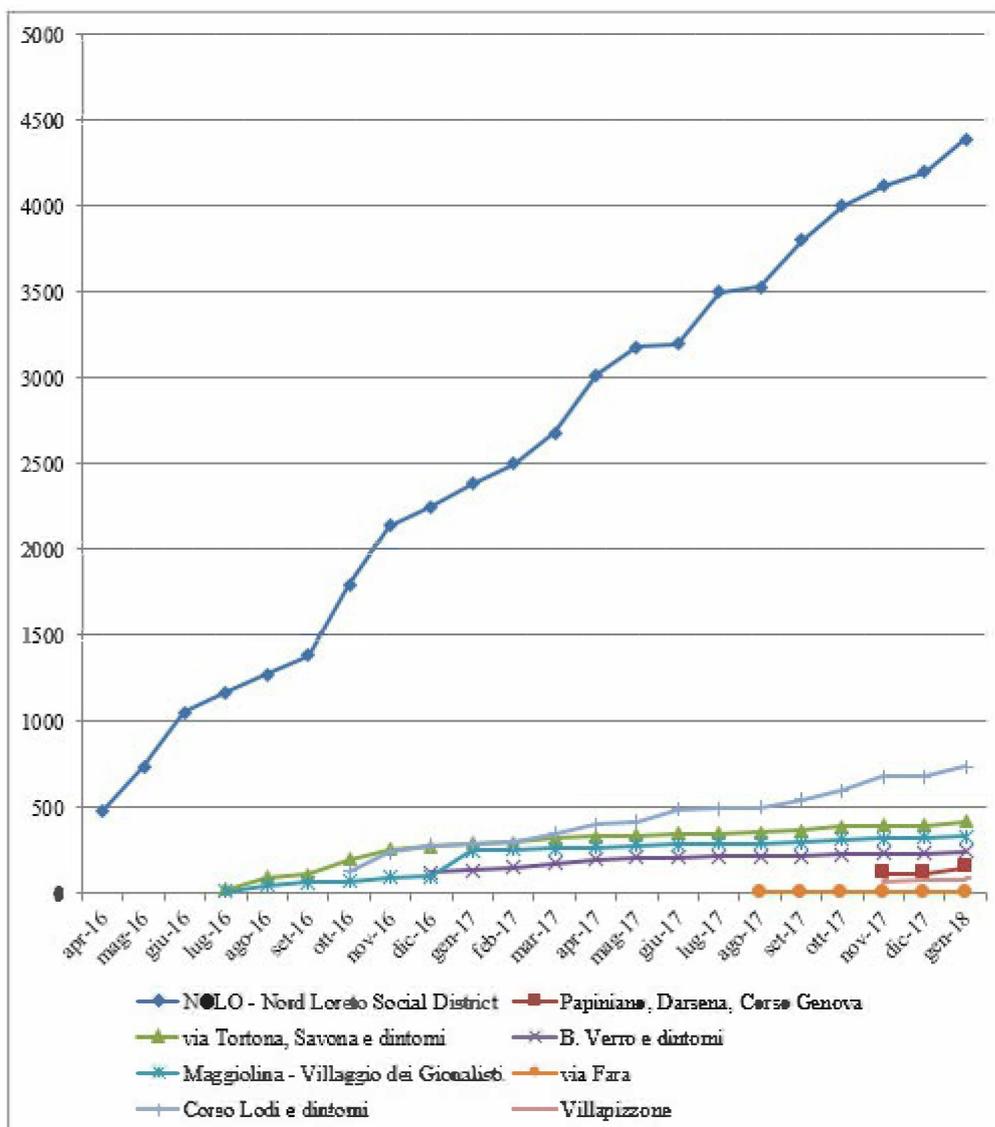
Nel novembre 2015, in Piazza Gobetti, nel Municipio 3, Marco Danelli, assieme a suo fratello e altri due loro conoscenti – Marina e Pino –, decidono di avviare la loro social street. La famiglia di Marco ha un panificio a conduzione familiare, proprio in Piazza, che ovviamente è già da tempo un punto di riferimento per il vicinato. Proprio da quel luogo parte l’idea della social street e proprio quel luogo sarà il “quartier generale” delle prime operazioni organizzative, dei primi incontri, oltre ad essere tappezzato di informazioni e notizie riguardanti la vita della social. Marco ha trent’anni e

vive da sempre a Milano, in questa zona, ma, a differenza di suo fratello, non lavora nel panificio: mentre lui si occupa della comunicazione e gestione del gruppo Facebook, suo fratello, che è fisicamente presente tutti i giorni nel panificio, cura maggiormente i contatti “reali” con le persone. Le motivazioni che hanno portato Marco e gli altri fondatori ad aprire una social street in Piazza Gobetti sono fondamentalmente due: 1) Lambrate è un paese, ha alcune caratteristiche peculiari della vita di paese. A due passi dalla tangenziale e a due minuti da Corso Buenos Aires, allo stesso tempo qui permane lo spirito di paese che è uno degli aspetti più belli da preservare nella Milano di oggi; 2) Negli ultimi cinque anni, secondo Marco, si sta un po’ perdendo questo fatto di vivere la piazza, per il fatto che è sempre meno sicura, mal frequentata da persone che la utilizzano per finalità non propriamente virtuose. L’idea di Marco è proprio quella di utilizzare la social street per riprendersi e riabbellire la piazza. Tra le prime cose fatte, fa compilare un questionario agli streeters, proponendo una serie di progetti/idee su cui avrebbero potuto impegnarsi: realizzare una bocciofila, predisporre dei tavoli con sopra scacchiere sia di dama che di scacchi, costruire un palco per farci degli eventi (teatro per bambini, concerti per ragazzi), mettere a punto un’area cani adeguata, ecc. Tra tutti i progetti quello più votato è stato la bocciofila. Quello della bocciofila era un progetto già depositato in Comune qualche anno fa, che la social vorrebbe riprendere. Dice Marco: “Milano è una città che viene spesso definita molto fredda dal punto di vista relazionale, soprattutto quando una persona non è milanese e arriva da fuori. Credo, tramite proprio esperienze personali dirette, perché vivo questa piazza da sempre, che questo non sia affatto vero. Bisogna solo partire, andare al di là della scorza iniziale. È una città di lavoratori folli, siamo tanti, siamo impegnati. Ma in verità basta poco per ammorbidirsi, è molto più semplice di quanto una persona non milanese possa pensare. Si

deve riuscire a creare una propria rete interpersonale. Anche solo per bisogni primari, tipo mi serve un ferro da stiro perché il mio si è rotto vengo giù a prenderlo. Se ora non è possibile magari tra poco lo sarà. Ora queste persone percepiscono gli altri come androidi, ma magari invece basta poco perché una richiesta cambi tutto e mostri l'umano, l'amico, il vicino. Vedo che alcuni già si stanno abituando a chiedere piccole cose nel gruppo. Sono piccole cose, piccoli passaggi, che in verità hanno un grande valore, forse il più grande in assoluto”.

## Le social nate nel 2016 a Milano

Fig. 5 – Trend di crescita online delle social nate nel 2016 a Milano (serie storica: aprile 2016 – gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 6 – Le social nate nel 2016 a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper- tura	Muni- cipio	Fondatore	Num Amm	Iscrit Gen 2017	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
64	NoLo	Apr 2016	2	Sara Atelier/ Daniele Dodaro	2	2384	4388	A	P
65	Papiniano, Darsena, Corso Genova	Mag 2016	1	Gianmarco Rossi Montecuccoli	1	/	150	A	P
66	Tortona, Savona	Lug 2016	6	Eva Guarnaccia	2	290	422	A	P
67	Verro	Lug 2016	5	Federica Rustichelli	2	137	243	A	P
68	Maggiolina – Villaggio dei Giornalisti	Lug 2016	5	Luca De Vito	6	251	332	A	P
69	Fara	Ago 2016	9	Lorenzo D'Allura	1	/	9	L	S
70	Lodi	Ott 2016	4	Silvana Seccia	3 + 1 mod	295	739	A	P
71	Villapizzone	Nov 2016	8	Roberta Leuci Chiara Ruggeri et al.	7	/	80	A	P

Legenda:  
Stato: A = Attiva, L = Latente  
Trend: P =Positivo, N=Negativo, S=Standby

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## NoLo Social District – Nord Loreto, Milano

NoLo<sup>6</sup> Social District, come dice il nome stesso, intercetta non una strada ma una porzione più ampia di un quartiere nel Municipio 2. Best practice, nota nel quartiere e oramai anche a livello nazionale, è attualmente una delle social più attive di Milano, che ha fatto parlare molto di sé sin dal suo nascere. Sono tre social street che si sono fuse – Via Padova, gli Amici di Pasteur e NoLo Social street. Questa zona, esattamente come il quartiere Paolo Sarpi, presenta delle caratteristiche interessanti, opportunità, ma anche molte sfide. Via Padova, ad esempio, rientra in questa social ed è multietnica, per definizione. Questa social è nata piuttosto recentemente, ad

aprile 2016, e conta a gennaio 2018 oltre 4400 iscritti. Un numero importante per la sua giovane età. Tra tutte, questa social presenta delle specificità. Innanzitutto è amministrata da due streeters, tra i trenta e i quarant'anni. Sono Sara Atelier e Daniele Dodaro, due amici, che hanno saputo raccogliere con entusiasmo e energia gli interessi di molti coetanei e non solo, mantenendo la vocazione all'inclusione sociale. A loro il merito di amministrare con garbo e professionalità il gruppo Facebook, in cui non è difficile che si alimentino polemiche legate in particolar modo al degrado urbano e sociale della zona. Daniele e Sara non amano le polemiche fini a se stesse, piuttosto preferiscono costruire attraverso piccoli gesti, azioni collettive, che toccano tutti, nel quotidiano e possono generare benessere per tutti. Nella social street si possono proporre riflessioni, idee, soluzioni e azioni, mantenendo sempre un tono comunicativo "non ostile". E in effetti sono tante le iniziative organizzate, più o meno strutturate, sempre condivise sul gruppo Facebook. Le iniziative non si realizzano online bensì sul territorio, che viene percorso in lungo e in largo, vissuto in tutte le sue potenzialità e ricchezza. Le colazioni sono il pezzo forte di questa social street: al parco Trotter o in altre aree verdi della zona, le colazioni di quartiere sono state fatte anche a casa di molti vicini di casa, che hanno messo a disposizione la propria abitazione. SanNolo – che fa eco a Sanremo – è una gara canora organizzata nel 2017 tra vicini, con tanto di giuria e vincitore, ma anche il cinema all'aperto, in cui in uno spazio abbandonato tra due condomini si proietta un film e chi vuole può partecipare, gratuitamente, portandosi la sedia. Anche questa social si sta organizzando per avere una portineria di quartiere, così come sono tante le iniziative che li hanno visti attivi e solidali nei confronti dell'accoglienza dei profughi all'Hub di via Sammartini, vicino Stazione Centrale, poco distante da casa loro. Gli Orti di via Padova, un'esperienza virtuosa in quella stessa zona,

sono spesso coinvolti nelle iniziative della social street. Questo a dimostrazione che la comunità si sta rinsaldando. Alcuni interlocutori sono spaventati che il quartiere si possa gentrificare per via di tutta questa effervescenza cittadina. In realtà, NoLo Social district è una possibilità per tutti, il suo obiettivo non è far scappare i residenti più vulnerabili, ma, al contrario, fare in modo che coloro che già abitano un territorio lo abitino a pieno titolo, nel migliore dei modi, traendone benefici reciprocamente, sociali, prima ancora che economici. Come racconta lo stesso Daniele, i media, soprattutto all'inizio, hanno fatto credere che il quartiere fosse morto, il bronx, e che si fosse riattivato grazie all'arrivo di un gruppo di giovani creativi-hipster. Pur non essendo così, c'è voluto del tempo prima che la diffidenza dei "vecchi abitanti" nei confronti dei "nuovi" si smorzasse così come di alcune realtà associative presenti sul territorio – ad esempio, Emergency, gli Amici del Parco Trotter, ecc. Un altro fronte di polemiche che Daniele e Sara hanno dovuto arginare nei primi mesi del social District è stato innescato dai commercianti, che pensavano di utilizzare questo strumento per farsi promozione. Altri ancora hanno definito la social di NoLo come "una grande riunione di condominio allargata" e non essendo un partito di azione politica hanno preferito uscire. Da quando esiste la social street NoLo è cambiato, le strade e le piazze vengono vissute dai loro abitanti, il giorno come la sera. Mentre prima la gente che lavorava in centro, si fermava a mangiare sui Navigli e a Porta Venezia e poi tornava a casa a NoLo solo per dormire, ora non sentono più l'esigenza di andare in centro per divertirsi. Se scendi a qualsiasi ora sai che troverai qualche tuo amico nei locali della zona, in strada e potrai aggregarti e "fare la serata". Pensando a tre parole per descrivere NoLo, Daniele sceglie "coesione sociale, identità collettiva, ma in primis leggerezza. Col tempo ho capito che la nostra forza è la leggerezza: il fatto di fare spesso cose semplici, non

impegnative, come brunch, aperitivi, colazioni, cinema di quartiere, baratti, che proprio per il loro essere momenti leggeri e di svago aiutano le persone a unirsi e conoscersi. C'è un impegno sociale, c'è un impatto sociale ma non è comunicato in modo greve. E leggerezza anche di struttura, perché non c'è una gerarchia, un direttivo, ma è una struttura molto orizzontale". Sia Daniele che Sara non vorrebbero mai andarsene da NoLo e per il futuro si augurano che la social resti così, un gruppo informale di cittadini. Ci si augura che resti un gruppo spontaneo, con streeters come Ileana Indolfi che da anni, in prossimità di temporali, posta messaggi in cui avvisa di ritirare gli stendini della biancheria dai balconi. Un servizio di buon vicinato, simpatico, gratuito e utile. Oppure come Sara che il lunedì sera anima un gruppo di conversazione in inglese. A NoLo ci si sente finalmente a casa, è cambiato il modo di vivere di molte persone, "è cambiato il mood della gente". La social di NoLo è nei fatti inclusiva. Tanti sono i progetti e tutti possono avere un ruolo, uno spazio di azione e di protagonismo: c'è il calzolaio, il tappezziere, che sono anime del quartiere e rappresentano la tradizione; ci sono i giovani con il cinema nei cortili all'aperto, le colazioni; ci sono gli orti di via Padova con Franco Beccari di Legambiente; ci sono i progetti con Recup, associazione che si occupa di recuperare le eccedenze dai mercati e ridistribuirle ai bisognosi; i corsi di inglese; i corsi di alfabetizzazione digitale per gli anziani; il concorso fotografico di balcone fiorito/Orto in terrazza/Verde creativo; ecc. Questo e molto altro accade a NoLo. Tra le ultime novità: 1) nel mese di ottobre 2017, nell'ambito del Bilancio partecipativo del Comune di Milano, NoLo ha presentato il progetto *MoBi, La mobilità dolce passa da qui!*; 2) il 10 novembre 2017 è stata presentata *Radio NoLo*, la prima radio nata da persone che si sono conosciute nella social street di quartiere a Milano. Come si legge dal comunicato stampa: "L'idea di Radio NoLo nasce nel 2016 da un gruppo di amici e

cittadini che abitano a Nord di Loreto e che si sono conosciuti attraverso la *social street* di quartiere, NoLo Social District. L'intento fin da subito è stato quello di voler raccontare il proprio quartiere in maniera differente. Il primo esperimento, andato in onda su Share Radio, è stato un radiodramma ideato, interpretato e prodotto dai cittadini di NoLo dal titolo "NoLo Non Esiste", una fiction in dieci puntate che raccontano la storia di un ragazzo sfrattato da Isola che approda a NoLo. (Le puntate sono disponibili sul sito <http://www.shareradio.it/author/radio-nolo/>). Visto il successo del radiodramma si è deciso di strutturare una vera e propria web radio di quartiere, la prima in Italia nata da una *social street*, con un palinsesto h24 ricco di programmi ideati e condotti dai cittadini di NoLo". Un primo esito, ben riuscito, è il *GiorNoLo Radio*, il settimanale del quartiere a Nord di Loreto, con Maurizio Biossa, streeters, in onda ogni giovedì su Share Radio (<http://www.shareradio.it/11708-2/>); 3) Il 26 novembre 2017 Sara Atelier insieme ad altre giovani socie – di cui la metà conosciute nella social – hanno inaugurato *Hug*, un community hub di rigenerazione urbana, luogo etico d'innovazione, punto di riferimento sul territorio. Nato nella corte di una antica fabbrica di cioccolato in via Venini 83, nel cuore di NoLo, Hug è un bistrot con spazio lavoro, eventi, dove sentirsi a casa, per gli streeters, ma anche per chi è di passaggio. Inoltre, il 29 novembre è stato aperto il nuovo spazio WeMi Venini, proprio all'interno del bistrot Hug Milano, uno sportello pubblico del Comune di Milano. Si legge dal sito di WeMi<sup>2</sup> (<http://wemi.milano.it/2017/il-29-novembre-apre-wemi-venini-nel-quartiere-di-nolo-allinterno-di-hug-milano/>): "Come in tutti gli spazi della rete di WeMi sarà possibile entrare in contatto con i servizi domiciliari presenti sul territorio, ma anche attivare nuove forme di welfare condiviso e partecipato. Gli operatori risponderanno alle necessità di accesso ai servizi domiciliari, fiscali, sostegno alle famiglie, alla maternità (Bebé Card) e aiuteranno i

cittadini a creare una rete di condivisione dei servizi con persone e famiglie che hanno gli stessi bisogni”.

Molte altre cose bollono nella pentola di questa social, che, non da ultimo, l'11 novembre 2017, ha ricevuto anche il premio come “Miglior social street” ai *Milan Storytelling Awards*. Che dire? Bravi!

### **Residenti in Via Tortona, Via Savona e Dintorni – Milano – Social Street**

Nel luglio 2016, Eva Guarnaggia avvia la social street in via Tortona-Savona, in una zona già parecchio sociale di suo, condividendo l'amministrazione del gruppo Facebook con Isabella Musacchia, blogger di Onalim (Milano al contrario). Trentacinquenne, torinese, a Milano da oltre 15 anni e nel quartiere da circa 5, nella vita Eva di lavoro fa la project manager e viene a conoscenza del fenomeno delle social street attraverso un incontro organizzato da Airbnb, in cui era ospite Fabio Calarco, della social street di San Gottardo -Meda - Montegani. Quello che è accaduto dopo quell'incontro, potremmo definirlo effetto contaminazione o buona pratica. Rispetto alla zona, Eva precisa che “via Tortona e via Savona sono due vie parallele, abbastanza piccole, soprattutto nella prima parte più vicina al Naviglio, ma sono molto strategiche proprio per la vicinanza a questa zona. Inoltre via Tortona è sede di un importante evento ad aprile, fuori salone durante la Design Week. La zona è anche conosciuta per la presenza di diverse case di moda importanti, durante le Fashion Week diventa infatti un punto nevralgico e si riempie di turisti e addetti ai lavori”. Una social street qui ha buone possibilità di attecchire, così come potrebbe incontrare qualche criticità: “Sicuramente il punto di debolezza è quello di avere meno stanziamenti rispetto alle persone che visitano la zona proprio in funzione degli eventi, al

contempo però questo fattore può anche avere un risvolto positivo. A mio avviso quindi la Social Street potrebbe crescere anche offrendo dei servizi interessanti per chi spende del tempo nella zona senza viverci, ma spesso ci ritorna in date ben precise”. Gli obiettivi che Eva si era data quando ha dato avvio a questa esperienza erano organizzare eventi che creassero aggregazione tra il vicinato, attività che potessero supportare gli abitanti aiutandoli a vivere meglio nel quartiere”. Spera che nei prossimi anni la social street cresca, così come sta crescendo la zona.

### **Residenti in Via B. Verro e dintorni – Milano – Social Street**

Federica Rustichelli, quarantenne, modenese, vive a Milano da una quindicina di anni, di cui circa 10 in via Verro, in cui apre la social street nel luglio 2016, che amministra con Roberto Felli. Federica viene a conoscenza del fenomeno social street quando una social street poco lontana da casa sua ha svolto un ruolo fondamentale in un momento difficile per la comunità. E dal momento che nella sua via non era stata ancora aperta da nessuno decide di farlo lei. Due sono gli obiettivi che si è prefissa sin da subito: uno primario, ossia “creare una rete solida di vicinato, fruibile da tutti” e uno secondario: “raggiungere le persone più bisognose”. La via Verro è molto lunga, tagliata a metà da una grande arteria, racconta Federica: “Credo che grazie alla social street gli abitanti abbiano veramente capito quanto sia lunga e popolosa. Poiché quasi totalmente priva di esercizi commerciali, è per lo più percorsa in modo frettoloso. Il lato negativo è che ci sono pochi luoghi di aggregazione, soprattutto in inverno, quando non si possono utilizzare le aree verdi”. Nel suo primo anno di attività la social street di via Verro ha già realizzato diversi momenti di socialità di vicinato, ha dialogato anche con le istituzioni per ottenere spazi per le attività da proporre.

Pensando al futuro, Federica immagina che la social crescerà numericamente, in termini di iscritti al gruppo Facebook e che le attività si consolideranno. Ma soprattutto ritiene che le social street possano offrire molto a una città come Milano, perché “la rete di solidarietà di vicinato tende a mancare nelle grandi città, ma è viva, se sollecitata”.

### **Social Street Maggiolina – Villaggio dei Giornalisti**

Nel Villaggio dei giornalisti di Milano chi altro poteva essere se non un giornalista ad aprire una social street? Proprio così. Nel mese di luglio 2016, Luca De Vito, giornalista de La Repubblica, dopo aver scritto diversi articoli sul tema e dopo essersi appassionato alla causa decide assieme alla sua compagna Michela Di Mario di cimentarsi in prima persona, passando dalla teoria alla pratica. Luca, trentenne, ha origini livornesi, vive a Milano dal 2007 e in questa zona dal 2013. Padre di due bimbe piccole, vive in una casa di proprietà e probabilmente sente la necessità di radicarsi e di vivere maggiormente il territorio. Dal suo punto di vista una social street è utile nel quartiere per i suoi abitanti e nel Villaggio dei giornalisti mancava. La zona di Milano in cui abita viene descritta da Luca come “un quartiere molto tranquillo, super residenziale; se messo a confronto con zone della Movida lo si definirebbe ‘morto’. Ci sono famiglie e anziani. C’è molto verde e ci sono molte villette private. La media dei redditi dei residenti penso sia molto alta”. Come ogni zona anche questa presenta sia caratteristiche che incentivano sia che disincentivano lo sviluppo delle social street: “Punti di forza, il fatto che ci sono le famiglie che vogliono una vita e un quartiere migliore per i loro figli. Di debolezza, il fatto che ci sono molti ricchi, gente un po’ snob che non fa vita di quartiere, e molti anziani che non usano Facebook. Altro punto di debolezza è che non ci sono attività commerciali”.

Nel suo primo anno di vita, la social street della Maggiolina-Villaggio dei giornalisti ha realizzato alcune simpatiche iniziative per provare a riattivare la socialità di quartiere. Oltre a qualche colazione/aperitivo nei bar della zona, è stata organizzata una lezione di cucito (sferruzzamento con la lana) e una artigianale operazione di bookcrossing, a cui si sta pensando di aggiungere la possibilità di un gruppo d'acquisto. Anche in questa social street Luca e gli altri amministratori hanno la sensazione che le persone iscritte alla social siano attente e garbate, ma fin troppo timide. Forse dovrebbero osare di più, in termini di propositività e partecipazione, perché la social street è “un luogo virtuale che, se funziona bene, può portare a qualcosa di buono anche nella vita reale”.

### **Social Street Corso Lodi e dintorni**

Nel mese di ottobre 2016, Silvana Seccia, quarantenne, milanese doc, da oltre venti anni residente in Corso Lodi, avvia proprio in questa via la social street che amministra con Marco Verri, suo marito. Silvana è una persona che vive in maniera molto social la propria vita. Di professione si definisce “creative chef”; già presidente di un'associazione culturale di quartiere, dove organizzano tante attività sul territorio, ritiene che un'associazione sia tutt'altra cosa rispetto a una social street, anche in termini di libertà e obblighi legali – per esempio, con l'associazione sono tenuti a chiedere le generalità dei soci, mentre con la social street molte persone hanno come nome un *nick name*. Una differenza non trascurabile. La zona di Corso Lodi è la periferia più vicina al centro, ovvero con tre fermate di metro si arriva in Duomo: “Per questo siamo la social con più differenze territoriali, ovvero per molti c'è uno spartiacque che è piazzale Lodi, quindi al di qua è periferia al di là è verso il centro. Il riuscire a mescolare il tutto, e renderlo più vivibile,

senza barriere territoriali è la nostra peculiarità”. L’idea della social street è stato un modo per comunicare attraverso i social network quanto già si stava facendo da tempo offline, ovvero vivere il territorio e le relazioni sociali di prossimità. Per Silvana la social street è “la fotocopia online del quartiere”. Nel suo primo anno di attività, sono state realizzate diverse iniziative, ma l’idea è che con il tempo siano i vicini a proporre autonomamente, senza aspettare che sia un amministratore a fare il primo passo. In definitiva il motto della social street di Corso Lodi è proprio questo: “Be Happy, Be Social”.

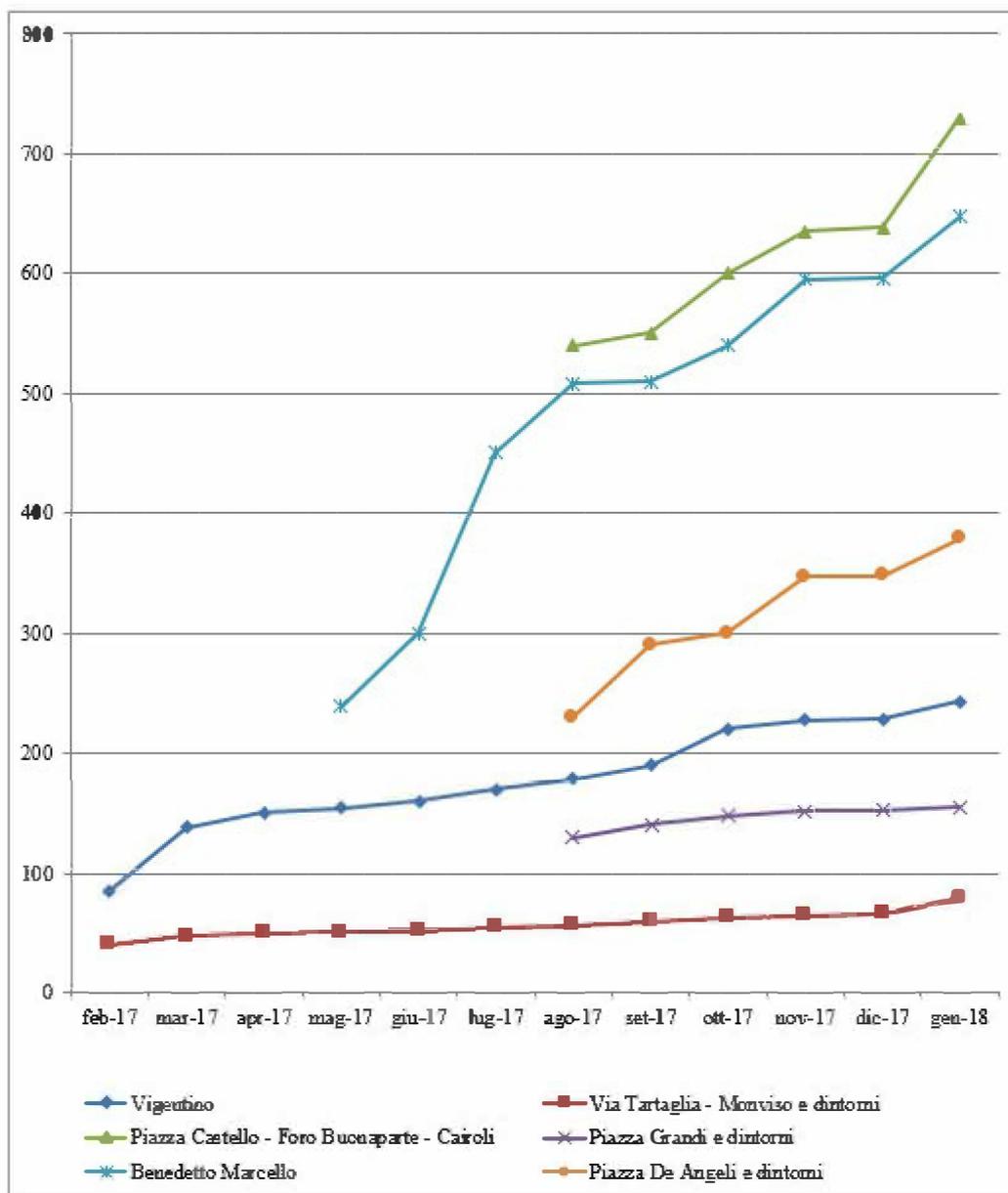
### **Residenti in Villapizzone Milano Social Street**

Non una persona, bensì un piccolo gruppo di vicini di casa ha dato vita alla social street di Villapizzone nel Municipio 8, aprendo nel novembre del 2016 il gruppo su Facebook. Chiara Ruggeri – cinquantenne, milanese doc, da 18 anni in questa zona – è una di loro; nella vita di lavoro fa l’avvocato, si definisce una cittadina “attiva e propositiva” e negli ultimi anni ha dovuto constatare il degrado costante nella propria zona. In questa zona esistono già diverse associazioni a scopo ludico-sociale-culturale, per cui la social street è sembrata a Chiara e ai suoi vicini la soluzione migliore, burocraticamente più snella da gestire. Villapizzone è un quartiere storico, ha la struttura di un piccolo paese. Per composizione eterogeneo, questo quartiere presenta alcuni problemi di convivenza; in particolare il dialogo con alcune persone è difficile da praticare. Da parte loro, le associazioni sul territorio cercano di offrire opportunità di incontro, essendo venuti meno anche molti negozi storici, di prossimità. Per Chiara, la social street è stata avviata per: “conoscere gli abitanti della zona e condividere con loro iniziative ed eventi, per migliorare il quartiere”. Sebbene sia ancora una social piuttosto giovane,

di attività ne sono state già organizzate: festa di Natale 2016, aperitivi in locali della zona, feste di primavera 2017, passeggiata al parco Testori. Questa social ha partecipato inoltre a *Mix – Coesione Sociale Milano*<sup>8</sup>, evento patrocinato dal Comune di Milano, assieme ad altre associazioni. I punti di forza di questa social sono la volontà e determinazione di questo gruppo di far vivere il quartiere, mentre i punti di debolezza la poca partecipazione delle persone. Chiara vede favorevolmente il dialogo con l'amministrazione locale, "perché in una realtà complessa come quella di Milano è un modo per far arrivare alle istituzioni la conoscenza delle problematiche, delle peculiarità, delle necessità, dei servizi di cui hanno bisogno i quartieri".

## Le Social nate nel 2017

Fig. 6 – Trend di crescita online delle social nate nel 2017 a Milano (serie storica: febbraio 2017 – gennaio 2018, valori assoluti)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 7 – Le social nate nel 2017 a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Aper Tura	Muni cipio	Fondatore	Num Amm	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
72	Vigentino	Feb 2017	5	Tatiana Sicouri Ilaria Menasce	2	243	A	P
73	Tartaglia-Monviso	Feb 2017	8	Cristina Pasqualini	1	79	A	P
74	Castello-Buonaparte-Caioli	Feb 2017	1	Ornella Marcat	2	729	A	P
75	Grandi	Apr 2017	4	Stefano Florio	1	155	A	P
76	Benedetto Marcello	Mag 2017	3	Michaela Molinari	3	647	A	P
77	De Angeli	Giu 2017	7	Marta Vinci	6	379	A	P

Legenda:  
Stato: A = Attiva, L = Latente  
Trend: P =Positivo, N=Negativo, S=Standby

Fonte: Osservatorio sulle Social Street

## Residenti Vigentino Social Street

Milanese doc, quarantenne, mamma di due bambini, Tatiana Sicouri da 12 anni abita in zona Vigentino, dove ha comprato casa. Di lavoro fa la psicoterapeuta, si occupa di persone in ambito terapeutico e sociale, professionale ed educativo. Lavora in processi di sviluppo di comunità e ha scoperto le social street curiosando in Rete. Nel febbraio 2017 avvia la sua social street insieme a Ilaria Menasce, perché gli sembrava un buon mezzo per diffondere informazioni a livello di quartiere e accrescere il senso di appartenenza e le occasioni di incontro. Tatiana per raggiungere questo obiettivo sceglie volutamente una social street e non un'associazione, che conosce bene peraltro, essendo già socia fondatrice di un un'associazione, che dice essere un tipo di struttura molto diverso da un punto di vista organizzativo, di sistema di relazioni, statuto e apertura alla partecipazione

libera. Tatiana descrive il quartiere Vigentino come “un quartiere abbastanza connotato dalla vita intorno alla parrocchia di cui non faccio parte, ragione per cui ho avuto il desiderio di offrire qualcosa di diverso e su altri canali e temi. È un quartiere verde e pieno di famiglie, cani, bambini, parchi, servizi, simile per certi versi ad un piccolo paese”. Avviare qui una social street non è semplicissimo: “Trovo la partecipazione attiva delle persone molto difficile, c’è però un buon senso di comunità, che porta le famiglie a conoscersi, creando una rete di supporto e collaborazione molto rassicurante, a cui potersi affidare anche nelle occasioni di vita quotidiana – come la vita al parco, gestione bambini e scambio materiali. La zona è scarsa in termini di servizi di divertimento, come locali, bar o spazi di aggregazione pomeridiano-serale, diventando praticamente deserto di notte e nei periodi di chiusura negozi”. Quando ha avviato la social street Tatiana si era data come obiettivo di far circolare le informazioni e facilitare nuove iniziative e nuove occasioni di partecipazione attiva alla vita sociale. Al momento non hanno ancora organizzato nulla. Se dovessimo fare già un primissimo bilancio potremmo dire che: “Non è molto attiva. Inizia ad essere considerata come spazio di passaggio delle informazioni e rete locale. Anche da parte di alcune attività imprenditoriali di tipo personale”. Per il futuro Tatiana si augura che più persone vogliano contribuire a renderla viva e concretamente attiva. Perché in generale le social street possono offrire agli abitanti “maggiore senso di appartenenza e conoscenza reciproca in zone ad alta densità, spesso di passaggio. Soprattutto a Milano dove le persone vivono le zone di residenza in modo più funzionale che comunitario”. Per Tatiana la social street è “una piattaforma sociale territoriale di quartiere”, le cui caratteristiche sono: “spontanea, diretta e disorganizzata”.

## **Residenti in Via Tartaglia - Monviso e dintorni – Milano – Social Street**

Nel febbraio 2017, dopo averle studiate per oltre tre anni, Cristina Pasqualini, sociologa e coordinatrice dell'Osservatorio sulle Social street, decide di avviare la social street dove abita, in via Tartaglia-Monviso. In realtà avrebbe voluto farlo molto tempo prima, ma ha preferito attendere per non essere troppo coinvolta, per mantenere un minimo di distanza dal suo oggetto di studio, utile quando si indaga un fenomeno sociale, in particolare se nuovo. Ma i tempi erano maturi da tempo, perché la fondatrice, marchigiana, a Milano dal 2000 e nel quartiere dal 2006 ha sempre sofferto la fatica di entrare in connessione con i propri vicini di casa, sia quando era studentessa, sia ora che è sposata e ha due bambine. Via Tartaglia-Monviso sono due vie importanti nel Municipio 8, fosse solo per la presenza di due scuole: l'Istituto Regina Carmeli, istituto paritario gestito dalle suore Carmelitane e la scuola pubblica Mantegna-Monviso. Va detto che la comunità di suore Carmelitane di via Monviso 33, oltre al progetto scuola dell'infanzia e primaria, è molto presente nel quartiere, sia in oratorio che in altre attività di cura delle persone malate, attraverso prestazioni sanitarie erogate sia presso la loro sede che a domicilio. Nel tempo Suor Speranza, Suor Gianfranca e Suor Mariangela, suore anziane, sono diventati nomi noti nel quartiere, proprio per la loro dedizione agli altri.

Il territorio si presenta a macchie di leopardo. Dove ci sono le due scuole si registra un significativo movimento, per buona parte del giorno, un via vai di bambini e genitori, che nel pomeriggio trovano sfogo nel parchetto di Piazza Gerusalemme, dove dopo anni di lavori e disagi, ora si può usufruire della fermata della metropolitana M5. In realtà la social street può godere di ben due fermate della metropolitana Lilla: da un lato Cenisio e dall'altro Gerusalemme. Ma c'è anche molto silenzio di contorno. I condomini sono

abitati da persone che difficilmente si conoscono tra loro; ci sono molti anziani e la presenza dell'immigrazione cinese che bussava alle porte e pian piano si inserisce con bar e negozi e, tendenzialmente, si integra. Del resto, via Paolo Sarpi è vicinissima. Ma proprio rispetto a vie limitrofe – come Sarpi e Piero della Francesca, sede di due social street –, in questa zona le strade sono poco sociali, ci sono pochi locali, pochi bar, i negozi sono praticamente inesistenti, fatta eccezione di due cartolerie e un panificio che vivono grazie alla presenza delle scuole. Al parchetto di Gerusalemme ci sono due presenze storiche, che fanno oramai parte del territorio, a cui i bambini e i loro genitori sono affezionati: Alice con sua mamma che gestiscono il trenino-bruco per i più piccoli; Giuseppe con sua moglie Giuliana che con il loro ape-car vendono gelati e dolci vari in primavera-estate e castagne in autunno-inverno. La loro presenza fa socialità e familiarità. Un altro elemento di socialità nel quartiere è il mercato di via Fauchè, il martedì e il sabato, potremmo dire più amato che odiato dai residenti. Nel quartiere, e in particolare nelle due vie in questione, in questi anni molte saracinesche sono state abbassate. Si assiste a un turn over di aperture e chiusure. Diversi negozianti hanno dovuto cessare la loro attività per via della crisi, ed è sempre più difficile poter trovare i vecchi mestieri. Tuttavia in zona non mancano le vecchie professioni di una volta, portate avanti da persone anziane: il calzolaio, il fotografo che aggiusta le macchine fotografiche sia analogiche che digitali, ma anche un vecchio laboratorio di pelletteria, in cui trovi chi ti aggiusta ombrelli e qualsiasi oggetto in pelle, una pasticceria a conduzione familiare che da due generazioni fa torte della tradizione, che sembrano fatte in casa. Un tempo quartiere operaio, via Tartaglia è oggi una via residenziale, idem via Monviso, abitata da persone con capitale economico medio-alto. Zona di professionisti, che vivono poco il quartiere. La sfida è come rianimare queste due vie, tenendo presente la

risorsa delle scuole, provando a coinvolgerle. Sempre in via Monviso, c'è anche la chiesa di Santa Maria di Lourdes, che con i suoi spazi, con il suo oratorio, può diventare un valido interlocutore per la social street. Sempre in zona una realtà molto apprezzata dai residenti è l'Ospedale dei bambini "Vittore Buzzi", che organizza almeno una volta all'anno una festa aperta al quartiere e al resto della città, con giochi e attività varie. Un modo per far conoscere e far sentire l'ospedale parte del territorio. E questo con il tempo è avvenuto. Ci sono ad esempio molti residenti nel quartiere impegnati nel volontariato e nelle associazioni che operano nell'ospedale. Un altro esempio: durante la sfilata di Carnevale 2017 organizzata dall'Oratorio di Lourdes, che si è svolta per le strade del quartiere con il suo carro, quest'ultimo si è fermato proprio sotto l'ospedale. I bambini e i loro genitori in ospedale sono stati chiamati a gran voce dai bambini in strada. In tanti si sono affacciati alle finestre per un saluto reciproco. Un segno semplice, ma a ben vedere un gesto che implica il riconoscimento e l'attenzione per le persone che abitano il territorio.

Nel mese di dicembre 2017 è stato realizzato il primo evento social, tanto semplice, quanto spiazzante e gradito dal vicinato. Il Municipio 8 – nella figura del Presidente Simone Zambelli – ha donato alla social street un abete di Natale, che è stato posizionato in strada, all'angolo tra Monviso - Tartaglia. L'albero è stato addobbato dai bambini del quartiere, ma anche dagli anziani e in genere da tanti vicini che hanno apprezzato l'inusuale iniziativa. L'albero resterà in zona, anche dopo Natale, e vorrebbe essere una sorta di "albero dei desideri", in cui scambiare messaggi tra vicini, eventualmente lasciare richieste di aiuto e disponibilità ad aiutare. Il 23 dicembre pomeriggio all'albero si sono dati appuntamento i vicini per un brindisi e lo scambio di auguri – di cui si è data notizia sia attraverso un evento creato sul gruppo Facebook sia mediante volantini lasciati in punti

strategici del quartiere. Il gruppo è cresciuto numericamente, in tanti hanno mostrato interesse, forse l'idea di una social street in questa zona non è poi così sbagliata e può rispondere al bisogno di socialità.

### **Residenti Piazza Castello - Foro Buonaparte - Largo Cairoli e dintorni**

Siamo nel febbraio 2017 e Ornella Marcat, quarantenne, milanese doc, da oltre 25 anni in questa zona, avvia la social street Castello-Buonaparte-Cairoli, in pieno centro, nel Municipio 1. A ben vedere una rara eccezione, perché sono poche le social street in questa area e quelle che sono state avviate sono poco attive. Nella vita Ornella è titolare di una attività e si occupa di consulenza immobiliare. Oltre a lei, l'altro amministratore è Lino Raffaele, molto attivo e attento per il bene della zona e della social, ovviamente. Le motivazioni di dare vita a una social street sono diverse, come racconta la stessa Ornella: "a) La zona centro è stata oggetto, negli ultimi anni, di un disastroso scadimento senza che i residenti riuscissero a coalizzarsi oltre che lamentarsi. Abbiamo creato un punto di riferimento ove far convergere ogni problema e cercare di risolverli in gruppo, verificato che la P.A. era sorda alle richieste dei singoli; b) I residenti della zona Castello sono persone pacifiche che difficilmente si coalizzano e scendono in piazza così abbiamo creato una piazza virtuale". L'idea di una social street e non una associazione si spiega in questo modo: "Abbiamo osservato l'azione delle numerosissime social street e abbiamo capito che era una strada tra le migliori per cooptare residenti con i quali cercare di riqualificare la nostra zona e migliorare il rapporto tra vicini praticamente sconosciuti, legandoli in azioni ed attività corali a supporto non solo della zona ma anche a favore di persone fragilmente esposte socialmente". La zona Castello, come la maggior

parte del centro, è un'area fisica "monumentale e storica, da proteggere; da un punto di vista sociale, è una zona che sino a pochi mesi fa vedeva una massiccia e stragrande maggioranza di uffici, pertanto una zona difficile da coalizzare e rendere partecipe di iniziative sociali, ma ora dopo 8 mesi stiamo ottenendo la collaborazione di tanti residenti in varie attività sociali". In pochi mesi questa social street è cresciuta molto in termini di iscritti alla social. Dopo circa 10 mesi dalla sua apertura conta oltre 700 iscritti, un numero decisamente ragguardevole, che testimonia l'interesse dei residenti per la città in cui abitano, che non è in mano soltanto dei pendolari del lavoro (i famosi *cityusers*) e dei turisti ma anche dei residenti. Al momento le persone che hanno aderito alla social street lo hanno fatto come cittadini e come abitanti, con l'intento "di arginare la prepotenza e devastazione della zona da parte della P.A. che vede nel parco e nel Castello solo uno strumento ludico e spazi da vendere per mercati e bancarelle degradanti". Secondo Ornella la social street nei prossimi anni continuerà a crescere: "Se in pochi mesi siamo riusciti a coalizzare oltre 600 iscritti, molti dei quali si riuniscono periodicamente per discutere i problemi della zona e frequentano le sedute del Municipio 1 per dare il loro parere sulla gestione delle nostre vie e piazze, riteniamo che tra tre anni si possa essere un gruppo affiatato e ricco di iniziative. La social street può essere un pungolo verso gli amministratori, collaborando per migliorare la zona non solo sotto il profilo ambientale ma anche sociale". In definitiva la social street è "un punto di aggregazione, una specie di Agorà virtuale che facilita la conoscenza tra residenti, agevola il confronto sui vari problemi della zona, crea iniziative a favore di residenti più fragili socialmente. Nella social street, in tre parole, 'non sei solo'.

## **Residenti in P.zza Grandi e dintorni – Milano – Social Street**

Stefano Florio, padre quarantenne, nato a Milano, da 15 anni è in Piazza Grandi, dove vive con sua moglie che invece ci risiede da sempre. Nella via è impiegato in ambito universitario presso l'Università IULM. Non solo, nel 2001 ha fondato l'Associazione Culturale di Promozione Sociale "Periferie al Centro"<sup>9</sup>, di cui è stato presidente fino al 2004, attiva sui temi dello sviluppo di comunità, della progettazione partecipata e del lavoro di rete in contesti urbani. Inoltre, è animatore del progetto "Papà al Centro"<sup>10</sup> sui temi della paternità attiva e responsabile. Stefano viene a conoscenza delle social street in tempi piuttosto recenti, leggendo il Rapporto Ambrosianum sulla città di Milano 2016, che contiene i primi numeri della ricerca condotta dall'Osservatorio sulle Social Street. Nell'aprile 2017 avvia la sua social, perché gli sembra la strada più facile per avviare un processo di coinvolgimento di amici/vicini di casa. La sua idea è quella di attivare un processo di cittadinanza attiva, in cui ci si possa conoscere e aiutare tra vicini, in modo da rendere le vite di ciascuno più "ricche" e sostenibili: "La social street è lo 'strumento' per valorizzare e soprattutto condividere con altri risorse, competenze, capacità e passioni di ognuno a beneficio della comunità in un tempo nel quale spesso si corre e altrettanto spesso ci si sente soli e bisognosi di un aiuto che il più delle volte proprio i 'vicini di casa' potrebbero offrire se solo lo sapessero". La zona in cui vive, racconta Stefano "è residenziale, molto ben servita dai mezzi pubblici ed accessibile da chi viene da fuori. Ricca di negozi e servizi, non lontana dal centro – raggiungibile a piedi in 30 minuti – con una edilizia di pregio in molti punti e, salvo per alcune situazioni, non presenta casi di conclamata emergenza sociale". Pensando a tre parole per descrivere la sua social street, Stefano ha scelto: "giovane, aperta, includente".

## **Benedetto Marcello Social Street - Milano**

Michaela Molinari, trentenne, genovese, a Milano da una decina di anni prima per studio, decide poi di fermarsi a lavorare nella raccolta fondi per il no profit. Fin da subito cerca di farsi coinvolgere nelle tante attività “civili” che trova in città, di cui sentiva l’esigenza, venendo da una città di provincia in cui non ce ne sono così in abbondanza. Inizialmente, quando abita in via Torricelli si iscrive alla social di via San Gottardo a cui partecipa. Successivamente, quando si trasferisce in via Scarlatti, sulla scorta dell’esperienza fatta, nel maggio 2017, decide di avviare la propria social street in Benedetto Marcello, con l’aiuto di due persone: Giuliana Altamura e Cristian Tosi. È un po’ quello che chiamiamo “effetto buona pratica”, ovvero “effetto contaminazione”, in cui chi viene a contatto con esperienze social(i) virtuose ha poi il desiderio di replicarle dove vive. Il quartiere sorge tra la Stazione Centrale e via Buenos Aires, “in una sorta di cono d’ombra tra due punti focali della città. È un quartiere prevalentemente residenziale con un alto tasso di immigrazione, che due giorni a settimana ospita un grande mercato, amato e odiato dai residenti perché in quei giorni il quartiere si trasforma in un grande bazar. Via Benedetto Marcello è una via molto ampia e alberata, potrebbe ospitare molte attività o semplicemente essere un’oasi verde per i residenti, in realtà viene percepita come una zona di passaggio, per cui i grandi spazi vengono adibiti a parcheggio e le aree comuni spesso sono lasciate al degrado”. Quando Michaela avvia qui la sua social street voleva ricreare una rete tra residenti per dare nuova vita al quartiere, voleva rivedere popolati i giardinetti e le panchine, a partire da un principio di integrazione sociale che oggi sembra difficile da raggiungere. Oltre a valorizzare l’esistente avrebbe voluto aiutare il quartiere a diventare appetibile per nuove attività commerciali e culturali. Ma Michaela, nella sua

breve esperienza di amministratrice, si è già scontrata con una certa resistenza dei vicini nell'accettare la natura multietnica del quartiere. Spesso riscontra un atteggiamento distruttivo e scoraggiato che rischia di compromettere lo spirito di iniziativa di chi ha un'attitudine più propositiva. Tra le attività organizzate, la social di Benedetto Marcello ha già realizzato degli incontri conoscitivi e una festa di quartiere con la collaborazione di alcuni commercianti della via. Pensando alla social tra due/tre anni la sua fondatrice auspica che alcune attività con il tempo si normalizzino, così come che "si crei una socialità quotidiana, una sorta di vita di paese all'interno della metropoli".

### **Residenti Piazza De Angeli e dintorni Milano Social Street**

L'ultima social street mappata a Milano è quella nata in Piazza De Angeli, a giugno 2017. Marta Vinci, quarantasettenne, nata a Milano, dal 2000 è in Piazza De Angeli, dove ha ereditato una casa dai suoi familiari. Coniugata, con tre figli adolescenti, Marta – libera professionista, nel mondo della comunicazione da sempre, esperta di web content management e presidente di una onlus che si occupa di prevenzione e sostegno alle fragilità – viene a conoscenza delle social street tramite Facebook. Il motivo per cui decide di aprire una social street è ben chiaro, ossia doveva promuovere la nuova sede della Onlus e si era accorta che non c'era la social street di riferimento. Per una operazione come questa la social street le era sembrata la scelta migliore: "La social street funziona come una grande bacheca virtuale, non è necessariamente organizzata. Riflette una fetta interessante del vicinato e dei suoi bisogni. Come onlus sappiamo che spesso i bisogni faticano ad emergere individualmente, soprattutto se si tratta di fragilità derivate da malattia o mancanza di accesso alle risorse. Con un gruppo a suo modo

protetto, come quello del quartiere virtuale, abbiamo pensato fosse più semplice”. Rispetto alla zona, Marta la descrive così: “De Angeli non è nemmeno una piazza, ma un incrocio di strade. È una zona commerciale, di negozi e locali, con frequentazione e traffico intenso. Non ha spazi di condivisione (giardini, fontane, luoghi protetti, zone pedonali); non esiste una zona di incontro fisico tra i suoi abitanti che non sia un esercizio commerciale”. Una social street qui sembra dunque una vera scommessa. Al contempo, ci sono anche punti di forza, che lasciano ben sperare: “I commercianti sono molto interessati a promuoversi anche attraverso i canali social e si mettono in gioco su un fronte più umano sulla social street, sanno che non possono vendere. I cittadini sono alla ricerca di una piazza vera, dove incontrarsi, seppur virtualmente; Piazza De Angeli si può solo attraversare, in effetti”. Quando avvia la sua social street Marta ha l’obiettivo di promuovere le attività della Onlus di cui è presidente, l’ascolto dei bisogni della zona per la formulazione di progetti funzionali al territorio. Al momento non ha organizzato nessuna attività per il vicinato. È ancora troppo presto per fare un bilancio, è passato troppo poco tempo. Tuttavia Marta ha già potuto notare che i giovani e giovanissimi non si iscrivono. Però le richieste più classiche di buon vicinato vengono spesso esaudite, tipo cerco idraulico, tata, dog sitter, medico di base, mercato biologico, ecc. Da qui a tre anni è difficile dire che cosa succederà: “È importante capire come si muoveranno i commercianti che sono il vero e unico motore degli eventi in zona. Se decideranno di lavorare per la costruzione di una community al di là del proprio orticello. Spero in una collaborazione con le scuole, una partecipazione attiva degli studenti, una sorta di progetto pedibus virtuale, in cui i giovanissimi possano trovare un percorso protetto per le loro domande e contribuiscano a mettere in luce gli aspetti a loro più cari del quartiere. E spero che la social street risponda”. La social street per Marta è

“una ri/umanizzazione del contesto urbano, un’occasione per costruire relazioni”. Tre parole per descrivere la sua social street? “Curiosa, interessata e lenta”. Infine, “ è auspicabile che i politici si interessino alle social street. Perché non sempre i bisogni reali arrivano ai decisori. Il Municipio 7 non sapeva nemmeno che esistesse la social street de Angeli. Solo un consigliere mi ha dato ascolto e le indicazioni per segnalare la cosa al Consiglio di Zona”.

## Le social non più attive/chiusa a Milano

Tab. 8 – Le social non più attive/chiusa a Milano (valori assoluti)

	Social Street	Apertura	Municipio	Fondatore	Stato
<b>A</b>	Corso Lodi	Gen 2014	4	Sara Del Pivo	C
<b>B</b>	Piazzale Gorini – Piazza Novelli	Feb 2014	3	Marco Di Vittorio	C
<b>C</b>	Via Pietro Calvi	Feb 2014	4	Barbara Gemma La Malfa	C
<b>D</b>	Largo La Foppa e dintorni	Apr 2014	1	Roberta Di Piazza/ Tina Rober/ Matilde Meloni	C
<b>E</b>	San Leonardo	Ago 2014	8	Paolo Spiga	C
<b>F</b>	Via Appennini	Ago 2014	8	Paolo Spiga	C
<b>G</b>	Via Padova	Dic 2014	2	Giorgia Von Berger	C
<b>H</b>	Gli amici di Pasteur	Dic 2015	2	Sara Atelier	C
<b>I</b>	NOLO - North Loreto Social Street	Gen 2016	2	Daniele Dodaro	C
<b>L</b>	Viale Montello	Gen 2014	1	Lidia Baratta	C

Legenda:  
Stato: C = Chiusa

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## **Corso Lodi**

Sara Del Pivo, quarantenne, marchigiana, dal 2011 vive in una piccola traversa di Corso Lodi, nella vita è impiegata nel settore bancario e studia psicologia. Una vita intensa, che la porta fuori casa tutto il giorno e che le fa pensare all'idea di creare delle amicizie sotto casa, in modo da non dover essere costretta la sera a muoversi troppo per incontrare persone, che spesso vivono dalla parte opposta della città. Il problema quindi è che Sara in Corso Lodi non conosce ancora nessuno. In zona frequenta giusto il supermercato e il bar, dove tutte le mattine fa colazione. Quando apre il gruppo su Facebook Sara non si rende conto che Corso Lodi è lunga oltre 2 km e che quindi sarebbe stato difficile connettersi e conoscere i suoi vicini di casa. Per questo in corso d'opera pensa di restringere la zona da Piazzale Corvetto a Piazzale Lodi, la porzione in cui in effetti abita lei. Questa scelta tuttavia non viene vista positivamente da coloro che nel frattempo si erano iscritti, circa una quarantina di persone, sebbene Sara argomenti le ragioni e proponga di aprire due gruppi gemelli e collegati. I primi tempi Sara fa anche volantinaggio e in effetti un po' di contatti arrivano. Al primo aperitivo che organizza si presentano tre persone, ma in definitiva Sara trova stancante gestire sia il gruppo Facebook che gli incontri, quasi un lavoro. Si trova ripetutamente a dover spiegare le ragioni di questo gruppo, a sedare le polemiche, a dover essere sempre in prima linea, gentile, aggregante, un ruolo che fa fatica a sostenere, per via anche della sua "sensibilità". Per tutte queste ragioni Sara dopo due mesi decide di chiudere il gruppo, senza pensare di passare il ruolo di amministratore a qualcun altro, che in realtà non aveva individuato tra gli iscritti. In qualche maniera si sente in colpa di avere prima invitato le persone e poi averle "abbandonate", ma in quel momento chiudere il gruppo le era sembrata la soluzione migliore. Se

potesse tornare indietro, aprire una social street nella vietta in cui abita, quindi ridurre ulteriormente l'ampiezza del suo raggio d'azione, perché secondo lei questa è stata la ragione principale del fallimento della sua social street.

### **Piazzale Gorini – Piazza Novelli**

Nel febbraio 2014, Marco Di Vittorio, quarantenne, milanese doc, coniugato con due figli, avvia una social street nel luogo in cui abita attualmente, ovvero in Piazzale Gorini e una social street in un luogo dove ha abitato in passato, dove ancora ha parecchi amici e familiari, ovvero in Piazza Novelli. Impiegato, da sempre impegnato nell'associazionismo a livello politico, ricreativo e sociale, Marco si è iscritto alla maggior parte delle social street di Milano, tra cui Ponzio, nelle quali ha osservato come funzionano le dinamiche, le attività, ecc. Verificato sul sito di Social Street International che nelle due piazze non esistevano già delle social street, le ragioni che lo spingono ad aprire addirittura due social sono: "Creare contatti, socialità, ma anche migliorare i piccoli problemi del quartiere". Tuttavia, una volta aperti i gruppi Facebook, Marco non fa nulla, abbandona il progetto a se stesso che ovviamente non può decollare da solo. Possiamo concludere che l'idea c'è stata, ma alla fine queste due social non sono mai state attivate. Le zone in questione sono zone tranquille, vicine e ben collegate al centro e allo stesso tempo residenziali; vicine al Politecnico, vedono la presenza di un ceto sociale medio-alto. Secondo Marco, in linea generale tutte le zone e tutti i quartieri si possono prestare per avviare una social street, ma richiederanno tipologie diverse di intervento a seconda delle zone, dei bisogni, ecc. Il problema vero è il tempo che richiedono per essere avviate e alimentate, un tempo che Marco non ha avuto a

disposizione. In definitiva, le social street possono avere almeno tre funzioni: “far conoscere i vicini di casa, far conoscere i luoghi del quartiere a chi ci vive, creare una economia di quartiere”.

### **San Leonardo - Via Appennini**

Paolo Spiga chiude la sua agenzia viaggi e viene a vivere a Milano, in via Appennini. Dopo tre anni, non conosce ancora nessuno tra i suoi vicini di casa, pur avendo una spiccata socialità: dal 2007 frequenta il gruppo Cinema+ – persone che si organizzano per andare al cinema in lingua – e avvia anche un suo gruppo degli aperitivi del martedì. Questi sono gruppi in cui le persone assomigliano a degli “squali”, sono cacciatori di relazioni “facili”, non impegnative; luoghi che assomigliano più a “un porto di mare”. I gruppi in questione, che ad oggi frequenta, non sono formati necessariamente da persone che condividono una prossimità spaziale. E Paolo a un certo punto sente esigenza di questo, ossia prendersi un caffè con qualcuno che abita sotto casa, facilmente raggiungibile. Nell’agosto del 2014 avvia la sua social in San Leonardo, sede della fermata della metropolitana, ma confrontandosi con Federico Bastiani converrà sull’opportunità di circoscrivere maggiormente il territorio e avvia allora la social in via Appennini, la via in cui vive. Invita qualche amico che abita in zona, lascia che le iscrizioni avvengano spontaneamente, ma non accade nulla. Queste due social restano inattive e successivamente vengono chiuse da Paolo. Il fatto di non conoscere nessuno è stato un primo grosso ostacolo per l’avvio della social street. In secondo luogo, nella zona di via Appennini non ci sono locali, non ci sono negozi. Per trovare locali devi necessariamente spostarti almeno in viale Certosa, ossia attraversare 2 km di città. In terzo luogo, questa è una zona residenziale periferica, di case popolari costruite dal

Comune negli anni '60, date in affitto e dopo una decina di anni in parte vendute a privati, spesso agli stessi inquilini. Ci vivono molti assegnatari degli anni Sessanta, che ora hanno 70-80 anni. Sono in prevalenza italiani anziani, con un livello culturale medio-basso. Non è facile coinvolgerli. È una zona anche di stranieri, che non sono ancora così tanti, rispetto agli italiani anziani: rumeni, marocchini e cinesi. Tre difficoltà che hanno pesato non poco sul futuro della social street. Paolo ha anche pensato di crearselo uno spazio sotto casa, prendendo in affitto magazzini/depositi, dividendo le spese tra chi era interessato all'idea: un coworking/social street/biblioteca comune. Al momento San Leonardo e via Appennini sono chiuse, almeno i gruppi Facebook.

## **Via Padova**

L'esperienza di via Padova è interessante perché ha un inizio preciso e un successivo punto di trasformazione, determinato dall'unione di questa social con due social limitrofe – gli amici di Pasteur e NoLo Social Street – la migrazione di buona parte degli iscritti nella nuova social (Nolo Social District) e quindi la chiusura di questo gruppo Facebook nel 2016. Delle tre, la social street di via Padova è la prima ad essere stata aperta, grazie a Giorgia von Berger, trentenne, impiegata, esperta di sostenibilità ambientale, coniugata, milanese doc, dal 2014 residente proprio in via Padova con suo marito. La scelta di venire a vivere in via Padova – “una via vivace e variegata” – è avvenuta con lucidità e consapevolezza delle caratteristiche multietniche della zona, tuttavia Giorgia e suo marito Daniele hanno trovato inizialmente qualche difficoltà più del previsto nell'integrarsi, hanno fatto fatica a sentirsi a casa. Daniele rassicura sua moglie con questa frase: “La paura e le cose brutte si sconfiggono solo opponendogli delle cose belle”. E

così è stato, Giorgia ha avviato la social street. Confrontandosi con Social Street International, Giorgia si rende conto che via Padova non solo è complessa ma è anche molto estesa, quindi decide che la sua social street riguarderà i suoi vicini di casa, da Loreto a Via Giocosa. La parte più prossima a Loreto è quella più anonima rispetto al resto, tanto che ha senso ravvivarla. In generale via Padova è una zona dove gli affitti costano meno rispetto ad altre zone, ci abitano moltissimi italiani da molto tempo – quindi anziani, parecchi giovani e anche parecchi stranieri – sudamericani, nordafricani, cinesi. È una zona mista, ancora piuttosto economica, in trasformazione, con diversi attriti, un po' degradata e, per certi aspetti, "abbandonata dall'amministrazione". L'obiettivo di Giorgia quando ha avviato la social street era vincere le proprie paure, conoscere la gente che aveva intorno, vedere la via con altri occhi, vedere anche le cose belle, non solo quelle brutte: "E ti dico la verità, appena l'ho aperta, è già cambiato tutto per me. Il mio modo di vedere la strada". Nel momento in cui ha realizzato che questa non era solo una sua esigenza ma anche dei suoi vicini, Giorgia ha cominciato a dire: "Ok, sono a casa. Per me è stata una cosa così, inaspettata e bellissima".

### **Gli amici di Pasteur e NoLo Social Street**

La social degli amici di Pasteur è una storia di una apertura e rapida chiusura, non per cessata attività, ma per confluenza in NoLo Social District nel mese di aprile 2016. Sara Atelier, quarantenne torinese, donna sportiva e solare, che in qualche maniera già per lavoro si occupa di eventi, dopo aver vissuto prima nel capoluogo piemontese e poi a Londra, si trova per lavoro a Milano, una città che definisce "fredda", rispetto alla sua Torino, in cui era abituata alla vita di quartiere, alla dimensione del borgo. Già nei primi due

anni di permanenza a Milano, esattamente in via Delle Leghe, Sara si era attivata per incontrare e conoscere persone della zona, tanto che a un certo punto la social street le sembra la soluzione migliore per riattivare il quartiere, per farlo rivivere, attraverso la socialità. Questa per lei è una occasione per radicarsi, una occasione che non ha avuto a Londra e che sente di giocare in questa città. Si informa su come procedere e, fedele alle “linee guida” che trova sul portale di Social Street International, apre il gruppo Facebook. La scelta di passare dal virtuale al reale è istantanea, oltre che spiazzante e geniale. Sara e la sua coinquilina un sabato mattina si presentano e si accomodano con un tavolino da pic nic sul marciapiede davanti al loro portone di casa, in via Delle Leghe, dove iniziano a far colazione. Non passano indifferenti. È quello che volevano accadesse. I passanti chiedono loro spiegazioni, sono incuriositi. Sara si presenta, presenta il progetto, offre tazze di caffè. Il sabato successivo stessa situazione, a cui questa volta si presentano un bel gruppetto di vicini, la settimana seguente i vicini raddoppiano, così come i tavoli e le vivande. Sara ha trovato un modo semplice per conoscere i suoi vicini, per ridurre la distanza sociale. Siamo nel dicembre 2015. Poco dopo viene a conoscenza che un altro abitante dello stesso quartiere nel gennaio 2016 aveva aperto una social street. Un ancora a lei sconosciuto Daniele Dodaro, originario di Cosenza, trentenne, ricercatore di mercato, a Milano da circa 5 anni e in zona da circa uno, aveva fondato NoLo Social Street. Cosa fare? I due fondatori entrano in contatto, si scambiano opinioni e percepiscono di essere mossi dalle stesse finalità, di viaggiare sulla stessa lunghezza d’onda. Entrambi sono proprietari di casa, ovvero hanno desiderio di investire nella zona, di radicarsi. Organizzano pertanto un incontro a quattro: a loro due si uniscono Giorgia von Berger di via Padova, che in quel periodo era in stato interessante, aveva poche energie da dedicare al progetto, e Gianna Stefan.

Di qui la decisione finale: fondersi tutte e tre e diventare NoLo Social District. Per Sara, “la social street è la riscoperta della vita di borgo, è tornare alla vita del Borgo. E forse la social street è un modo per aver fiducia nelle persone”, potremmo dire per recuperare la fiducia tra le persone che vivono a poca distanza spaziale, a cui talvolta corrisponde un’assenza di relazioni. Se Sara voleva recuperare in qualche modo l’atmosfera del borgo torinese, Daniele ricercava la dimensione comunitaria che aveva vissuto a Bologna, negli anni universitari. Milano gli sembrava “l’anti-bologna”. Come racconta lo stesso Daniele: “Ho studiato e vissuto 5-6 anni a Bologna, lì ho studiato semiotica, poi ad un certo punto mi sono trasferito a Milano per lavorare come ricercatore di mercato. Quando mi sono trasferito qui, avevo sempre il muso lungo ‘eh, perché Milano non è Bologna’, ‘eh, ma perché a Bologna c’hanno così, fanno cosà’. Tendenzialmente, effettivamente, Bologna è una città meravigliosa, ma è anche una città dove anche, non so, c’è un intenso interesse verso la cosa pubblica e tu che sei un cittadino hai tantissimi servizi e la cultura ti viene praticamente offerta, gratis, in tutte le salse. Io, per esempio, una cosa che faccio spesso è andare al cinema all’aperto in piazza Maggiore: guardi film stupendi in una cornice magnifica ed è tutto gratis. Quindi quando sono arrivato a Milano, non mi piaceva non perché io conoscessi Milano, ma perché conoscevo il nome e la fama che ha Milano, quella di una città, come dire, un pò pettinata, un pò fashion. In realtà, mi sono reso conto, vivendola, che Milano è tantissime cose: è vero che c’è una Milano del fashion e della finanza, ma è anche vero che c’è una Milano inclusiva, che sta uscendo ultimamente, c’è una Milano con le osterie, dove suonano...una Milano delle bocciofile...insomma, mi sono reso conto che effettivamente Milano era una cosa molto più complessa e variegata di quella che conoscevo. E semplicemente ho iniziato a vivere un tipo di Milano e se qualcuno mi chiede di passare dai locali più fashion e alla moda, da

Moscova o Corso Como, io lì non saprei dove portarlo perché non è il mio mondo. Credo che anche la decisione poi di aprire una Social Street sia un pò figlia di questo mio modo, diciamo, di vivere Milano. Ho scelto, come dire, un percorso invece che altri quindi di frequentare determinate persone, determinati locali. E succede che, ad un certo punto, ho deciso di comprare casa. Ero in affitto sui Navigli perché il mio precedente luogo di lavoro si trovava sui Navigli. Ho abbandonato i Navigli perché creare un senso di comunità nei Navigli è veramente una cosa molto molto difficile perché è una mangiatoia dove tutte le persone vengono a mangiare e bere e a me quello che mancava era il senso di una comunità, il senso di appartenere ad un quartiere che era invece una cosa molto forte quando stavo a Bologna. Così quando ho preso casa, ho preso casa in questa zona. Il nome NoLo esisteva, ma nessuno lo diceva. Prendo casa a luglio del 2015 e a luglio del 2015 i miei amici mi dicono: ‘ah, ma hai preso casa a NoLo!’ e mi parlano di NoLo. Quello che mi ha colpito di questo quartiere è che è in qualche modo raccolto, chiuso tra i binari e la strada, ti sembra di entrare in un paesello. Quindi, chiudo questa parte su di me, per dire che quello che io vado a cercare nelle città è sempre il senso di inclusione, un senso un pò da paese, un po’ da provincia italiana, quello che io ho trovato a Bologna e che ho trovato, anche solo architettonicamente, anche solo a livello di spazi in questo quartiere. Poi, visto che però non conoscevo nessuno, ho deciso di aprire una Social Street a gennaio 2016 usando il nome NoLo, perché me ne avevano parlato questi amici e a me faceva molto ridere, lo trovavo simpatico, efficace, calzante. Il senso di aprire una Social Street è quello di creare della coesione sociale, ma in primis, visto che io non conoscevo nessuno, iniziare a conoscere ovviamente i miei vicini e creare questo senso di comunità qui”.

## Le social street nella Provincia di Milano

Tab. 9 – Le social nella Provincia di Milano (valori assoluti)

	Città	Social Street	Aper- tura	Fondatore	Num Amm	Iscrit Gen 2018	Stato	Trend
1	Trezzano sul Naviglio	Via Morona	Dic 2013	Elena Cardone	1	27	L	S
2	Garbagnate Milanese	Residenti in centro	Dic 2013	Alberto Tangro	1 (Cristina Pasqualini) <sup>11</sup>	25	L	S
3	Garbagnate Milanese	Via Milano	Dic 2013	Francesco Rudi	1	0	L	S
4	San Giuliano Milanese	Cascina Selmo	Gen 2014	Luca Lazzarin	1	317	A	P
5	Sesto San Giovanni	La Piazzetta di Sesto – Residenti QTI	Feb 2014	Gladis Giovanni Ubbiali	3	247	A	P
6	Bresso	Via Don Minzoni	Lug 2014	Ivana Frigione	2	37	A	S
7	Bresso	Papa Giovanni XXIII	Lug 2014	Claudia De Angeli Vigo	1	148	A	P
8	San Donato Milanese	Via Libertà	Lug 2014	Bruna Biagioni	1	153	A	S
9	San Donato Milanese	Via Morandi	Dic 2014	Fausta Valente	1	86	A	S
10	Cinisello	San Eusebio	Ott 2015	Pierpaolo Forello	3	715	A	P

Legenda:  
Stato: A = Attiva, L = Latente  
Trend: P = Positivo, N = Negativo, S = Standby

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### Residenti Cascina Selmo e dintorni – Social Street San Giuliano Milanese

Poco amante dei social network, Luca Lazzarin – quarantenne, impiegato in una azienda di trasporto merci – stava quasi pensando di “togliersi” da Facebook, quando nel gennaio 2014 decide di avviare una social street dove abita dal 2012, ossia a Cascina Selmo, un quartiere nuovo di San Giuliano Milanese. Il nome Cascina è rimasto, perché laddove un tempo c’era una cascina ora ci sono palazzine di nuova costruzione, che tuttavia hanno dovuto mantenere dei vincoli architettonici, che in qualche maniera

ricordano l'edificio nella sua forma iniziale. Detto in altri termini, il gruppo di palazzine nuove può ricordare una cascina. In queste case sono venuti ad abitare giovani, coppie, famiglie con figli, in prevalenza italiani. Di stranieri non ce ne sono molti perché sono edifici nuovi, piuttosto costosi, rispetto ad altre soluzioni abitative più facilmente abbordabili. Dal momento che nel quartiere si erano verificati alcuni problemi legati alla sicurezza, un gruppo di persone pensano di costituire il *Comitato Spontaneo Cascina Selmo* e la social street è stata avviata da Luca proprio per far conoscere i vicini di casa e in qualche maniera raccogliere le firme per il Comitato. A San Giuliano esistono diversi Comitati, che è la forma più utilizzata dai cittadini per entrare in relazione con la Pubblica Amministrazione. Ma le due cose sono distinte: da un lato il Comitato e accanto la social street. Mentre la social street si occupa di creare eventi in zona, incontri tra vicini – social aperitivi, biciclettate – il Comitato si relaziona con il Comune su questioni riguardanti i residenti nel quartiere. Nella social street di Cascina Selmo sono iscritti il Sindaco, Vice-sindaco, diversi assessori, che sono stati tra l'altro anche invitati a degli incontri promossi dalla social street. L'evento "Pane e salame" ha fatto incontrare i vicini di casa con il Vice-sindaco, un evento a cui hanno partecipato una quarantina di persone. A questi incontri si socializza ma si mettono sul tavolo anche le questioni del vicinato. Tra gli obiettivi portati a casa, sono riusciti a far installare delle telecamere sulla strada pubblica.

### **La Piazzetta di Sesto - Residenti QT1 – Rondò Torretta**

Gladis Giovanni Ubbiali e sua moglie vivono da 53 anni, praticamente da sempre, nello stesso gruppo di vie del QT1 di Sesto San Giovanni e hanno assistito al cambiamento della zona, in peggio, come racconta lo stesso

Gladis, che nella vita di lavoro fa il redattore: “Negli anni nel quartiere si è verificata una spersonalizzazione, una perdita di contatti umani”. Impegnati in diverse realtà associazionistiche della città – se ne stimano a Sesto oltre 200 realtà – piuttosto che l’ennesima associazione Gladis pensa che una social street possa essere un tentativo interessante per riattivare i rapporti umani di prossimità. La sua, nata nel febbraio 2014, è una social street in senso lato in quanto non è riservata soltanto agli abitanti di una via, piuttosto agli abitanti di un intero quartiere, che conta oltre 20.000 abitanti. Nella città di Sesto fino agli anni Ottanta si viveva bene, le persone lavoravano e potevano permettersi la casa al mare, tanto che d’estate Sesto si svuota tanto quanto Milano. Negli ultimi decenni, il quartiere ha subito trasformazioni strutturali che hanno prodotto disagio economico e sociale: molte attività dei residenti sono state costrette a cessare, così come sono arrivati consistenti flussi di immigrati che si sono insediati in città. E gli autoctoni hanno sviluppato una sorta di generale sentimento di rivendicazione-risentimento nei confronti del cambiamento, di categorie di persone, così come di soggetti istituzionali, si veda il Comune, per fare un esempio. Da parte sua Gladis avrebbe voluto portare in positivo le cose, chiedendo ai cittadini di attivarsi in prima persona sui territori. Difficile, perché, afferma Gladis: “Sesto è una città dove il governo, l’amministrazione per anni e anni ha pensato a tutte le esigenze dei cittadini e oggi a Sesto è ancora così. Cioè a Sesto se tu hai un negozio che non va bene è colpa del Comune che permette l’apertura dei centri commerciali. Se ci sono le strade sporche è colpa del Comune che non pulisce. E questo era anche uno dei meccanismi su cui cercavo di intervenire con la social street. Cioè un’assunzione minima, perché naturalmente può essere solo minima, ma un’assunzione minima nei confronti del posto deve vivi insomma”. Le soluzioni ai problemi dei cittadini le possono trovare il Comune, certo, ma i

cittadini stessi sono chiamati ad attivarsi e collaborare, senza mai sostituirsi ovviamente: “È difficile uscire da questo modo di pensare. Non siamo ancora pronti a Sesto”. Nella città di Sesto piuttosto si fonda un partito o si apre una nuova associazione, ma “non c’è la percezione della vita pubblica popolare”. Resta il fatto che purtroppo la social street non si è mai avviata, tanto che più volte Gladis e gli altri 2 amministratori hanno pensato di chiudere il gruppo, ma al momento resta aperto. I vari tentativi messi in campo per sollecitare la partecipazione del vicinato non sono andati a buon fine. Qualcuno ci posta qualcosa ogni tanto, ma soprattutto qualcuno ogni tanto mostra di tenerci, sebbene sia poco operativa. Il motivo per cui secondo Gladis la social langue è la mancanza di volontà dei vicini di casa di condividere, l’astio maturato nei confronti dei tanti “presunti colpevoli” dello stato di cose vigente, così come l’età avanzata di molti residenti.

### **Residenti in Via Don Minzoni e dintorni Social Street Bresso**

Ivana Frigione, quarantenne, nata e cresciuta a Baggio – quartiere di Milano – si è trasferita circa 10 anni fa a Bresso, paese natale di suo marito. Studentessa di psicologia, Ivana viene a conoscenza del fenomeno social street da una amica e, di lì a breve, incontra e conosce Federico Bastiani, ospite a Milano all’evento “Fà la cosa giusta”, in cui era relatore. Decide così di aprire la sua social street in via Minzoni, a Bresso, oltre a dedicare il suo lavoro di tesi a questo tema. Siamo nel luglio 2014. Secondo Ivana “i bressesi sembrano un po’ disillusi, non c’è molto un senso di comunità”, che sentiva invece più forte quando viveva a Baggio. Sin dall’inizio in questa social street non c’è stata molta partecipazione, nonostante Ivana abbia cercato di promuoverla e promuovere iniziative: il social caffè, ad esempio. In realtà, da quando ha aperto la social street, è cambiato il modo in cui Ivana percepisce

Bresso, non più come luogo di passaggio ma luogo in cui investire. E inizia a investire a partire dal suo condominio di 8 piani, in cui sullo stesso pianerottolo si affacciano 3 appartamenti. Mentre un vicino era già noto, gli altri no. Pertanto, applica lo spirito della social street e si presenta loro, li invita a cena e diventano amici. Strano ma possibile. Ivana ora può dire di vivere in un “pianerottolo social”, che non è poco di questi tempi in città. Il futuro? È aperto, come il gruppo, che al momento resta tale, sebbene sia praticamente in standby da molto tempo.

### **Residenti in Via Libertà e dintorni – San Donato Milanese**

La social street di via Libertà<sup>11</sup> è a tutti gli effetti una best practice, così come San Donato è una città interessante da un punto di vista della sperimentazione e dell’innovazione sociale. Nata a luglio 2014, questa è la prima Social Street di San Donato Milanese, che ha preso l’avvio nel quartiere del Concentrico, grazie a Bruna Biagioni, cinquantenne, mamma, che di mestiere fa la grafica, ha un ufficio stampa nel settore dell’arredamento e del design. Bruna ha un comportamento da streeters ancora prima di avviarla, è attenta alla socialità, al territorio, non accetta che San Donato sia un paese dormitorio, dove le persone la mattina presto escono per andare a lavorare a Milano e tornano la sera, e stop. La social street è stata la formalizzazione di una idea che aveva già in testa: tornare ad essere vicini di casa, “tornare ad essere i classici vicini di una volta”. La social street di via Libertà è la via centrale di San Donato, su cui confluiscono ben 12 vie, che vede un’elevata presenza di anziani e di negozi.

Questa social street ha una caratteristica che la differenzia da tutte le altre di Milano e provincia, fa parte del gruppo promotore del Comune di San Donato per il progetto “San Donato condivisa”, che ha visto sin dalle fasi

iniziali un coinvolgimento di cittadini e realtà del territorio per la scrittura del regolamento. Quest'ultimo renderà possibile la cura condivisa tra pubblica amministrazione e cittadinanza attiva dei beni comuni, attraverso dei patti di collaborazione. Il Comune di Bologna è il primo comune italiano ad aver adottato il “Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura e la rigenerazione dei beni comuni urbani”, pubblicato il 22 febbraio 2014 sotto la direzione scientifica di Labsus – Laboratorio per la sussidiarietà, che ha poi messo in rete tutti i progetti di amministrazione condivisa via via elaborati nei/dai/con i vari Enti locali. Il Comune di San Donato, in data 4 giugno 2015, ha approvato il Regolamento, il trentanovesimo in Italia. Ad oggi, gennaio 2018, a San Donato, cittadini e amministrazione hanno sottoscritto 10 patti di collaborazione<sup>12</sup>.

Ma torniamo alla social street di via Libertà. Nel suo primo anno di vita la social street è stata molto attiva e molto effervescente, grazie sempre al lavoro incessante della fondatrice del gruppo. Per Bruna, “la social street avrebbe dovuto essere un punto di riferimento per tutti gli abitanti di Via Libertà e dintorni al fine di socializzare, organizzare incontri, esprimere necessità o esigenze. Una sorta di bacheca stradale a disposizione di cittadini e negozianti per fare rete e tornare a fare quartiere”. Sono tante le iniziative realizzate nel 2014: la partecipazione il 21 settembre 2014 alla *Festa del Patrono*, l'inaugurazione di tre *Little Free Library* (di cui una Kids) nei mesi di novembre/dicembre 2014; l'inaugurazione della bacheca (dal virtuale al reale) presso un bar nel mese di novembre 2014; *Social Christmas* nel dicembre 2014, in collaborazione con i commercianti della via. Sono state pensate poi delle iniziative continue, come: *Social e-Book*, una biblioteca virtuale in formato ePub o Pdf con oltre 100 libri presenti scaricabili tramite richiesta di link (totale o singolo libro); *Percorso partecipato*, per “immaginare” il concentrico più bello e più sicuro, una diversa viabilità, un

modo diverso di vivere la strada. Un esperimento di cittadinanza attiva per portare sul tavolo dell'Amministrazione comunale le esigenze dei cittadini e della zona viste dai cittadini che la abitano e ci lavorano; *Mercatino della Social Street*, per vendere e comprare fra privati e permettere anche ai commercianti la pubblicazione di offerte per i cittadini; *Gruppo Benessere Social Street*, stare in forma in compagnia; *Mary Poppins*, in cui vengono mappate tutte le piccole risorse della zona (sarta, elettricista, falegname, tuttofare, ecc.) e ognuno condivide con gli altri streeters i sui indirizzi "preziosi"; *Libert@bank*, uno degli ultimi progetti nati, uno dei progetti più in linea con lo spirito Social Street: *Libert@bank* consente ai residenti della Social Street Via Libertà e dintorni il prestito di oggetti o piccoli elettrodomestici fra vicini di casa. Oggetti poco usati che ognuno ha in casa e che possono essere prestati ad altre persone. Perché ogni famiglia deve possedere un trapano per usarlo un'ora all'anno? Ne basta uno per tutti. Ognuno può mettere a disposizione quello che vuole condividere o richiedere un oggetto a *Libert@bank*. Il progetto nasce con l'obiettivo di rafforzare il senso di comunità, ridurre gli sprechi e promuovere la solidarietà. Questi e molti altri progetti sono stati avviati dalla social street di Via Libertà, che è a tutti gli effetti una buona pratica, ma, come molte altre, sta vivendo un periodo di latenza, dovuta come spesso accade al venir meno della presenza forte sul territorio del fondatore/amministratore. Bruna resta amministratore della social, ma al momento non può prendersene cura. L'idea, o meglio la speranza, è che qualcuno si attivi per rimettere in moto la macchina, che sarebbe un peccato fermare. Quando una social street è molto focalizzata su una persona, il rischio è che se questa per qualsiasi motivo deve rallentare o mollare, il progetto si arena, in quanto gli altri membri del gruppo restano ad aspettare, come se non fosse compito loro, adesso come in passato, dare il proprio contributo, alimentare la macchina con nuovo

carburante. Molto spesso, nella mente degli streeters, la social street è di chi la apre. Ma in realtà non è così. La social street è di tutti, è orizzontale, chi la apre fa un favore agli altri, ma non può farsi carico di tutto il lavoro, che non da ultimo non fa per sé ma per tutti.

### **Residenti Via Morandi – San Donato Milanese Social Street**

Fausta Valente, cinquantenne, wedding planner, originaria di Frosinone, coniugata con due figli, vive da 25 anni in via Morandi a San Donato Milanese, dove a dicembre 2014 apre la sua social street, dopo aver acquisito informazioni e aver incontrato direttamente la fondatrice della social street di via Libertà sempre a San Donato, avviata pochi mesi prima. La via Morandi è una via molto lunga, circa un km, che va dalla via Emilia alla Paullese, su cui si affaccia l'Ospedale. Una via molto trafficata. Tuttavia se la domenica si decide di fare una passeggiata non si incontra molto, è piuttosto triste come zona dal punto di vista di luoghi di aggregazione, negozi. Tra l'altro Fausta non conosce praticamente nessuno sulla sua via e se ne rende conto in particolare quando decide di avviare qui la social street. L'idea da un lato la spaventa e dall'altro la motiva ad andare avanti. Una social street in questa via potrebbe rianimare un po' il territorio, far nascere idee, occasioni per incontrarsi con gli altri residenti, che adesso si ignorano reciprocamente. Non solo, far parte di una social vuol dire anche mettersi a disposizione di chi ha bisogno, degli anziani che sono soli e che magari avrebbero piacere che qualcuno gli facesse quanto meno la spesa. Fausta, avviando la social street, si è data una mission specifica, ovvero organizzare iniziative ed eventi, il cui ricavato sia destinato alle donne che hanno subito violenze. Questo è il suo obiettivo, che non è detto che interessi anche gli altri o che aggrega molte persone. Aspetta pertanto che proposte diverse

vengano da altri vicini di casa, anche se questo fa fatica a realizzarsi. Tra le soddisfazioni più grandi per Fausta c'è l'aver partecipato come Social street di Via Morandi a un concorso di video-poesia e di essere arrivati primi con la poesia "Un sasso dopo l'altro" – scritta dalla poetessa Stefania Laus, progetto di Fausta Valente, disponibile su YouTube. Al momento alcuni obiettivi che Fausta si era data non sono stati raggiunti, ma la strada è ancora lunga. Di certo, Fausta sente di essere cambiata, ora conosce più persone nella sua via: "Non pretendo tanto, faccio un passettino alla volta".

### **San Eusebio – Cinisello - Social Street**

Pierpaolo Forello, padre-trentenne-coniugato, è cooperatore, ma soprattutto nato e cresciuto in quel di Cinisello nel quartiere di San Eusebio, dove è attivo nelle associazioni presenti sul territorio. San Eusebio, racconta Pierpaolo, "è un quartiere che ha molta edilizia popolare e una storia di riscatto sociale molto forte legato agli anni '80-'90, che ha portato il quartiere da essere un centro di spaccio della Lombardia ad essere un quartiere con molti servizi, con molte associazioni, con un parco, cioè quindi oggi molto riqualificato". Tuttavia quelle stesse associazioni che erano nate proprio per rispondere ai problemi del quartiere con il tempo sono cresciute, si sono specializzate, ora si occupano anche di grandi temi, facendo venir meno la presa diretta sui territori. Pierpaolo collabora con l'associazione Marse e la Cooperativa Il Torpedone, che si occupa proprio di sviluppo di comunità, della parte sociale dei contratti di quartiere, in cui soggetti diversi – associazioni, comitati di quartiere, ecc. – si mettono assieme per affrontare i problemi del quartiere, tra cui la sua riqualificazione. È all'interno di questo percorso che Pierpaolo incontra il fenomeno social street e nell'ottobre 2015 decide di avviarla proprio a San Eusebio. La social street viene vista in

continuità rispetto al lavoro che già si stava facendo sul territorio, “uno strumento che in qualche modo permettesse di coinvolgere anche persone nuove e far sapere un po’ a tutto il quartiere quello che si fa quotidianamente”. San Eusebio ha avuto due Contratti di quartiere, quindi venti anni di progetti di riqualificazione urbana e questo processo ha portato alla nascita di comitati di caseggiato, che sono associazioni, ossia soggetti formalizzati, con un coordinamento. Da un punto di vista urbano-sociale, attualmente San Eusebio ha due anime, potremmo dire distinte e per il momento non collegate: da un lato le case popolari – ad esempio un palazzo con 400 appartamenti, un altro con 140, ecc. – e dall’altro case di cooperativa. Cinisello ospita UniAbita, la cooperativa più grande d’Italia e quindi ha una certa esperienza di case di cooperativa. Un’anima più popolare e un’anima un po’ più tranquilla, che seppure poco distanti tra loro si percepiscono distanti. La social street, nelle sue intenzioni, avrebbe dovuto lavorare anche a questo: riconnettere le due anime del quartiere. L’idea della social street era: “In questo quartiere avvengono già molte cose belle, il problema è farle conoscere. Noi abbiamo lanciato un po’ l’idea, ma poi adesso sono i cittadini che la stanno portando avanti e la devono portare avanti”. Pierpaolo, occupandosi per lavoro di partecipazione, sa bene che “nulla è gratis in termini di fatica e di impegno e che l’idea non è di certo stata quella di aprire un gruppo Facebook e pensare che poi le cose per magia avvengono”. La sfida della social street è complessa, dove complessità significa connettere, tenere insieme: far entrare in contatto due mondi urbani-sociali che si ignorano e far sentire meno solo chi è già impegnato nel quartiere. Un esempio: “Per anni c’è stato un signore delle case popolari che ha sempre fatto il presepe, poi siccome questo signore era anziano, altri abitanti della zona hanno voluto raccogliere la sua eredità, però banalmente non avevano più le statue. Con la social street si sono attivati e sono state

donate, ognuno ha portato qualcosa e questa cosa è rinata. È un piccolo gesto. Noi la vediamo in questa ottica qui”.

<sup>1</sup> L'ultimo monitoraggio è stato realizzato nei gruppi Facebook nella metà del mese di dicembre 2017, ma viene ugualmente considerato come gennaio 2018, ipotizzando uno scarto non significativo rispetto al trend generale.

<sup>2</sup> I risultati della Net-etnografia sono contenuti nell'Approfondimento n. 3 all'interno di questo libro.

<sup>3</sup> In questo capitolo sono presentate le storie delle social di Milano e provincia, di quelle che hanno accettato di raccontarsi, in tutto 82. Alcune, per ragioni diverse, non hanno accettato l'intervista, ma sono comunque un numero irrisorio. Si precisa inoltre che il monitoraggio online è stato comunque realizzato su tutti i gruppi Facebook.

<sup>4</sup> L'Osservatorio sulle Social Street ha incontrato e intervistato Mariella Bussolati riguardo più in generale l'esperienza di Orto diffuso e in particolare dell'Orto nella social di Via Maiocchi: “L'idea dell'orto è mia. Diciamo che sono entrata nella Social Street di via Maiocchi proprio perché l'area dove adesso c'è l'orto mi stava sulle scatole da tanto tempo e quindi mi sono detta vediamo adesso se con la social street riusciamo a fare qualcosa. Appena l'ho proposto agli altri streeters sono stati tutti molto contenti e ci siamo attivati. Tra l'altro io avevo paura che siccome c'era un percorso accidentato mollassero tutti, invece no, ma proprio no, sono stati tutti molto presenti. I consiglieri di zona, non sapendo come gestire la nostra richiesta, si sono informati su chi siamo e ci lasciano fare, non ci vengono a dare fastidio. Adesso ci hanno proposto di fare richiesta per far diventare l'area verde pubblico attrezzato. Attualmente questa zona è circondata da una rete, con un cancelletto aperto. Questa protezione è stata messa per non fare entrare i cani. Per togliere la rete e aprirla a tutti, il Comune deve fare diventare questa zona un'area verde pubblica attrezzata. In questo caso la social sarebbe interessata a entrare a far parte della progettazione di questo spazio, dove accanto a panchine e quant'altro possono trovare spazio anche le nostre cassette coltivate. A questo punto avremmo fatto bingo perché avremmo un'area pubblica, dove la gente può entrare liberamente, nessuno ci potrebbe più dire che ci siamo appropriati indebitamente di uno spazio, e soprattutto avremmo anche l'orto. Nell'orto ci lavorano due/tre persone, praticamente zero, anche perché abbiamo fatto un orto di bassa richiesta, che vive da solo, che poi è come dovrebbe essere. Quest'anno, che è stata un'estate caldissima, la gente andava a bagnare le piante. Per cui ce l'abbiamo fatta”.

<sup>5</sup> L'Osservatorio sulle Social Street ha fatto visita alla Biblioteca di Via Rembrandt 12 e ha intervistato Roberto Chiappella, che ha raccontato come è nato il suo progetto: “Tutto è partito per caso. Ho trovato dei libri nel cassonetto. Siccome i libri costano tanto ho pensato di metterli dentro la portineria del mio condominio, dove tanto non c'era niente, non serviva a nessuno. Se ci metto uno scaffaletto magari ci scambiamo i libri nel condominio. Il libro voleva essere anche un pretesto per incontrarsi e parlarsi. Io ho sempre cercato di farlo anche in passato, perché mi ha sempre dato fastidio l'imbarazzo di non parlarsi tra vicini. Se ti conosci è tutto diverso. Così ho sistemato dentro la portineria una libreria e ci ho messo dei libri, ho chiesto ai condomini di portarne e alcuni lo hanno fatto. Erano tutti abbastanza contenti, tanto che male fa, non succede niente. Nel condominio, quindici anni fa, facevamo qualche pranzettino in cortile, a me piaceva l'idea di tornare a quella cosa lì. Così, questa volta ho usato il libro per tornare alla socialità che vivevamo anni addietro nel condominio e che si era persa. Io sono un po' chiacchierone, mi piace parlare con le persone, quando ci parlo le analizzo e mi faccio una idea di loro. Ho cominciato a chiedere i libri fuori, perché il condominio non poteva darmene tanti, così hanno iniziato ad aumentare. Pian piano sono andato avanti in questo progetto, che era solo per il condominio all'inizio. Siamo nell'ottobre-novembre 2012. Poi sono aumentate le librerie e i libri. Così ho pensato di fare l'inaugurazione per farla conoscere ancora meglio nel condominio, ma la notizia dell'inaugurazione è andata a finire su La Repubblica, senza che io lo sapessi. Che cosa è successo? Ho invitato la mia amica Diana De Marchi, abbiamo messo la bandiera dell'Italia, il nastro alla porta, insomma un bel casino. Avevamo preparato un piccolo rinfresco e mia moglie mi aveva detto: 'Chi vuoi che venga?'. Saranno venute 300 persone! Da lì è scattata la cosa. Mi sono reso conto che non poteva rimanere qua dentro, che era un pretesto per conoscere altri. E quindi ho cominciato pian piano a fare entrare qualcuno a prendere i libri. Dopo tre mesi abbiamo dovuto fare una assemblea straordinaria per questa cosa qui. L'assemblea più partecipata della storia. La maggioranza era favorevole, 4/5 scettici e un contrario. Io mi ero già preparato cosa mi avrebbero chiesto: Come? Perché? Che cosa comporta? La questione della sicurezza, ad esempio. L'assemblea ha votato ma non c'era l'unanimità. Poi un anno dopo è cambiato il regolamento, dove per fare le cose bastava il 50% più uno. Ma per un anno siamo rimasti nel limbo. In seguito, in tanti si sono ricreduti, anche i più scettici. Adesso sono ancora qua, le persone scendono, si conoscono, vengono da fuori. Insomma, andiamo avanti”. La Biblioteca di Roberto è la prima biblioteca di condominio a Milano e in Italia, che in questi anni ha fatto circolare tanti libri e ha anche organizzato molte presentazioni di libri con gli autori. Tutto gratuitamente. Un spazio piccolo ma confortevole, potremmo dire terapeutico, pieno di ricci di carta ricavati da vecchi libri ingialliti. Un luogo in cui almeno una volta nella vita vale assolutamente la pena passare.

<sup>6</sup> Interessante l'origine del nome NoLo, che sembra risalire addirittura al 2012, da Walter e Luisa, due ragazzi che hanno uno studio grafico che si chiama “La Tigre”. Ispirati dalla cultura newyorkese, che frequentavano, pensano di trovare un acronimo

per la loro zona, che è a Nord di Loreto, sotto Turro. Questa è l'origine di NoLo, che sta per North Loreto. Il nome NoLo era in realtà già abbastanza famoso quando Daniele Dodaro lo intercetta, esistevano pagine e gruppi Facebook dedicati (ad esempio Yolo in NoLo), così come in passato un murales con una balena con scritto NoLo, che alcuni writers hanno poi coperto, ritenendola una forma di arte "inferiore", e che è diventata poi il simbolo della social street. Quindi dice Daniele Dodaro: "Il nome NoLo era nel Web, sui muri, però non era conosciuto". L'averlo utilizzato come nome della social street lo ha reso noto, anche agli stessi abitanti, oltre che ai media, i quali ne hanno parlato talmente tanto da creare qualche fraintendimento, che con il tempo sono stati chiariti.

<sup>7</sup> WeMi – La città per il Welfare: <http://wemi.milano.it/> WeMi è il portale dei servizi al domicilio della città di Milano: "Con WeMi l'accesso al sistema dei servizi domiciliari del Comune di Milano è più semplice e veloce. Se ti serve aiuto qui potrai trovare tutti i servizi per la cura e il benessere offerti dalle imprese sociali e dalle cooperative accreditate dal comune di Milano: tutto ciò che può aiutare le famiglie per la cura dei figli o delle persone non autosufficienti, nella gestione della casa, degli animali domestici e molto altro". Oltre alla piattaforma digitale esistono dei punti fisici sul territorio all'interno di bar/spazi polifunzionali, come appunto all'Hug nella social street di NoLo e al Rab nella social street di San Gottardo-Meda-Montegani. Nel mese di dicembre 2017 gli spazi WeMi nella città di Milano risultano essere 5. "Condividere un servizio di welfare ti permetterà non solo di spendere un po' di meno, ma anche di rafforzare relazioni che già hai o di costruire nuove relazioni". La logica dell'aiuto nelle social street si fonda invece proprio sulla gratuità. Ciò non toglie che queste due forme di welfare possano coesistere.

<sup>8</sup> <http://www.progettomix.it/>

<sup>9</sup> [www.periferiealcentro.org](http://www.periferiealcentro.org)

<sup>10</sup> [www.papalcentro.it](http://www.papalcentro.it)

<sup>11</sup> Cristina Pasqualini ha accettato di diventare amministratrice della social street, quando il fondatore/amministratore Alberto Tangro, per motivi personali, è uscito dal gruppo. Al momento la social è in standby, in attesa che qualche vicino di casa prenda iniziativa nel proporre e, eventualmente, si faccia carico anche del ruolo di amministratore.

<sup>12</sup> Per maggiori informazioni sui Patti di collaborazione attivati a San Donato milanese: <https://www.comune.sandonatomilanese.mi.it/partecipazione/patti-di-collaborazione/>

## Capitolo 5

# Profili di *streeters*, interpellati sui social network

di Cristina Pasqualini e Angelica Maineri

### Introduzione

I membri dei gruppi Facebook, che noi chiameremo *streeters*, sono la linfa vitale delle social street. Capirne le caratteristiche permette di identificare meglio alcune peculiarità dei gruppi stessi e dare quindi un ulteriore contributo alla comprensione del fenomeno Social Street nel suo complesso. Obiettivo di questo capitolo è pertanto quello di delineare un profilo degli *streeters*: chi sono, cosa fanno e quali cambiamenti hanno portato le social street nelle loro vite.

Per tracciare questi profili, tra luglio e ottobre 2015, abbiamo somministrato attraverso i gruppi Facebook delle social street di Milano e Provincia un questionario online<sup>1</sup>. L'obiettivo era quello di permettere a ogni *streeteer* di ciascuna social di esprimersi. Come molto spesso accade con le indagini realizzate sui social network e più in generale in Rete, soltanto una minima parte degli *streeters* ha effettivamente compilato il questionario. Sebbene sia difficile quantificare con esattezza la popolazione complessiva di *streeters* iscritta ai gruppi Facebook, dal momento che diversi membri sono iscritti a più di un gruppo, dai nostri monitoraggi mensili online possiamo verosimilmente ritenere che nel periodo della rilevazione fossero intorno ai

20.000. Dal nostro questionario emerge che, in media, ogni rispondente è iscritto a (quasi) due gruppi – 1,62 per essere precisi. In ogni modo, circa 700 individui hanno iniziato il questionario e poco meno di 500 lo hanno portato a termine, nonostante i numerosi *reminders* da parte dei ricercatori dell'Osservatorio e degli stessi amministratori. È plausibile ritenere che i membri del gruppo che hanno accettato di rispondere al questionario siano anche quelli più attivi all'interno dei gruppi, oltre che interessati alla comune "causa conoscitiva" della nostra indagine. Questo, tuttavia, non mette a repentaglio la rilevanza dei profili: pur non essendo rappresentativi della totalità degli *streeters*, essi ci permettono di comprendere meglio le caratteristiche di chi il gruppo lo tiene vivo e, probabilmente, di chi dall'appartenenza al gruppo deriva conseguenze tangibili.

### **Senso di appartenenza**

È necessario fare una premessa. Nella fase di preparazione del questionario abbiamo ritenuto utile differenziare due percorsi: il primo rivolto agli utenti che sentono di appartenere a una social street e che pertanto potrebbero avere qualcosa da dire rispetto alla vita nel gruppo e il secondo a coloro che non sentono alcun senso di appartenenza e che forse sono iscritti ai gruppi solo per osservare o farsi un'idea. Al secondo gruppo sono state somministrate meno domande. In totale, comunque, sette rispondenti su dieci (70,7%) hanno dichiarato di sentire di appartenere a un gruppo, ossia a una social street.

Cosa determina il senso di appartenenza a un gruppo? Lo abbiamo chiesto agli *streeters*. Emerge che il motivo principale, segnalato da quasi tre rispondenti su quattro (74,9%), sia abitare nella social street o nei suoi "dintorni". Un ulteriore 12% attribuisce il senso di appartenenza all'abitare e

lavorare nella zona. Questo dato non stupisce, essendo le social street dei gruppi nati prevalentemente per connettere vicini di casa. Tuttavia un rispondente su sei (il 14% circa) indica come ragione di appartenenza un motivo che non è legato alla dimensione abitativa: in particolare, si segnala “È un punto di riferimento per il mio tempo libero”, indicato da un rispondente su venti (4,7%).

### **Un identikit socio-demografico**

Indipendentemente dal senso di appartenenza o meno, è interessante capire chi sono gli *streeters*. Andiamo quindi a guardare le loro caratteristiche socio-demografiche (cfr. Fig. 1 per la distribuzione percentuale completa di alcune di queste).

Primo dato: dovremmo parlare delle *streeters*: tra i rispondenti al questionario, quasi tre su quattro (71,5%) sono donne. Sembrerebbe dunque che siano le donne a sentire più forte il bisogno di connettersi con il vicinato e/o a spendersi più attivamente nella vita del gruppo.

Secondo dato: gli *streeters* sono prevalentemente appartenenti alla *Generazione X* (i nati tra il 1964 e il 1981, coloro che quindi oggi hanno tra i 36 e i 53 anni). Questo gruppo comprende un rispondente su due (51,5%). Il secondo gruppo più rappresentato è quello dei *Baby Boomers* (i nati tra il 1946 e il 1963, che oggi ha tra i 54 e i 71 anni), che raccoglie un rispondente su quattro (26,8%). Un rispondente su cinque (19,6%) appartiene al gruppo dei *Millennials* (i nati tra il 1982 e il 2000, che oggi ha tra i 17 e i 35 anni). Il restante gruppo, molto piccolo (2,2%) raccoglie i nati prima del 1945 (72 anni o più). Questo ultimo dato è in linea con le teorie del *digital divide*, che vedono gli anziani come prevalentemente esclusi dal mondo digitale. A ben vedere, mancano anche i giovanissimi, ossia gli under 16, la *Generazione Z*.

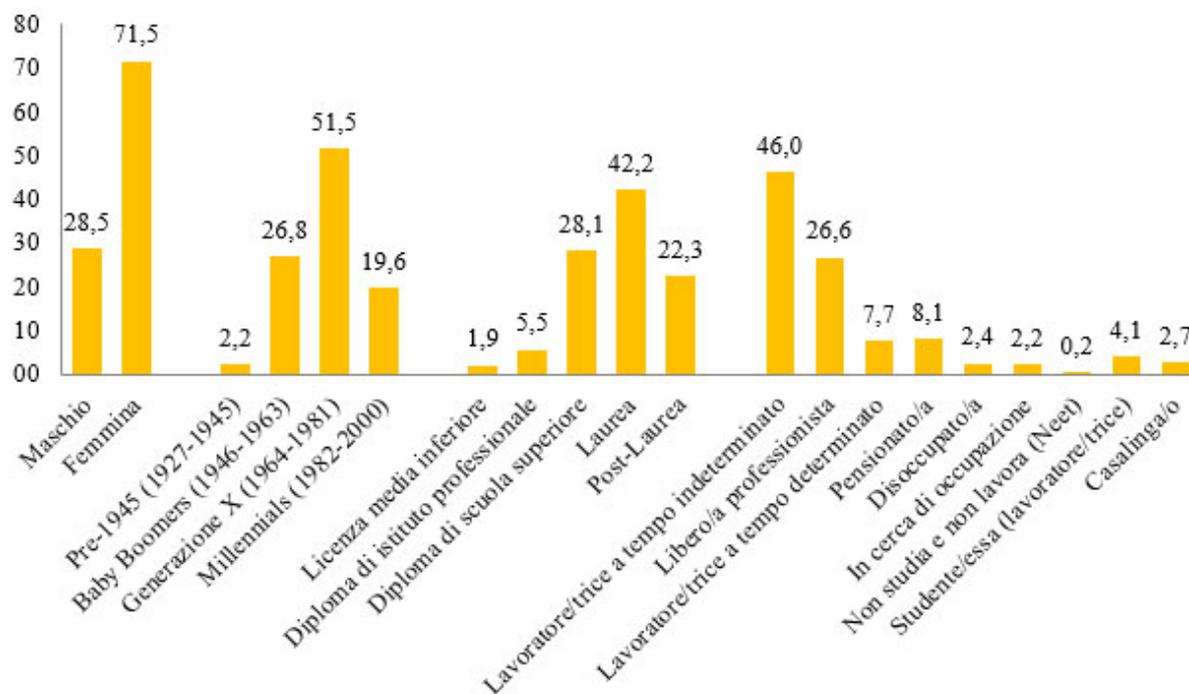
Terzo dato: gli *streeters* hanno elevati livelli d'istruzione. Due rispondenti su cinque (42,2%) hanno conseguito la laurea e un altro quinto (22,3%) un titolo post-laurea. Questa percentuale è decisamente superiore rispetto alla media della popolazione italiana.

Quarto dato: lo status occupazionale. Quasi un rispondente su due (46%) si è dichiarato lavoratore a tempo indeterminato. Uno su cinque (26,8%) è libero professionista. Tolti gli studenti (4,1%), i lavoratori a tempo determinato (7,7%), i pensionati (8,1%) e i/le casalinghi/e (2,7%), i rispondenti ancora in cerca di occupazione, disoccupati o NEET sono una percentuale piuttosto bassa (4,8% in totale) rispetto alle tendenze nazionali.

Altri dati, per finire. La quasi totalità degli *streeters* è di origine italiana (95%). Non dimentichiamo che a Milano la percentuale di abitanti di origine straniera si aggira attorno al 19%<sup>2</sup>. Tra gli *streeters* residenti a Milano, solo uno su due (49,2%) è anche nato a Milano. Un rispondente su tre (29,5%) vive nel quartiere da meno di cinque anni, mentre uno su cinque (19,2%) da sempre. Rispetto alla città nel suo insieme, però, solo un rispondente su dieci (12,1%) ci vive da meno di cinque anni. Per quanto riguarda lo status civile, uno *streeter* su due si dichiara coniugato/a (34,3%) o convivente (17,3%). Uno su tre si dichiara celibe/nubile (32,4%), mentre poco più di uno su dieci (12,9%) è separato/a o divorziato/a. La restante parte del campione (3,1%) è vedovo/a. E i figli? I rispondenti sono piuttosto equamente divisi tra l'averne figli (46%) e non averne (54%). Il numero medio di figli, per coloro che li hanno, è 1,68. Inoltre, tre *streeters* su quattro (74,1%) dichiarano di vivere in casa di proprietà.

In sintesi, qual è l'identikit socio-demografica dello *streeter* tipo? Donna, italiana, attorno ai quaranta anni, "altamente" istruita, lavoratrice, che vive in casa di proprietà.

Fig. 1 - Distribuzione percentuale degli *streeters* per genere, generazione, livello di istruzione e status occupazionale



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Un identikit socio-culturale

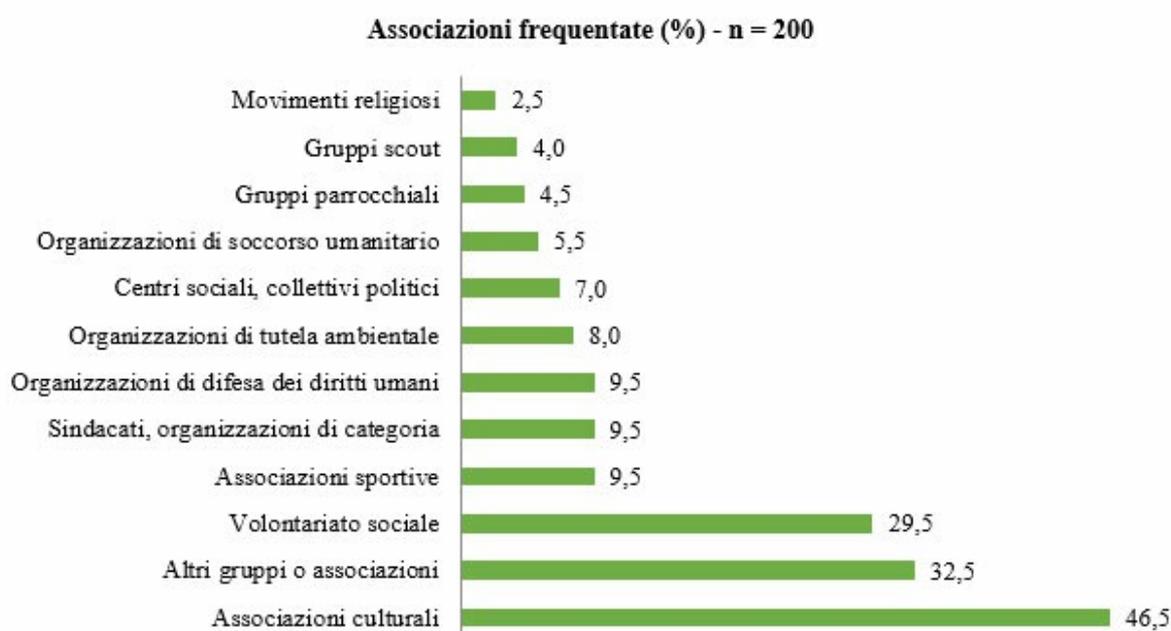
Sebbene le informazioni demografiche diano degli spunti, vale la pena approfondire alcuni aspetti della vita socio-culturale dello *streeteer*. Che rapporto ha con la politica, è coinvolto in associazioni, usa servizi di sharing in tipico stile social?

### 1. Politica e associazionismo

Tre rispondenti su cinque (59,6%) si dichiarano “Abbastanza-Molto” interessati alla politica. Solo poco più di uno *streeteer* su venti (7,6%) si dichiara “Per niente interessato”. Contrariamente alle aspettative, tuttavia, non sono solo i cittadini già attivi in gruppi o associazioni che si avvicinano alle social street. Solo un rispondente su tre (36%) fa parte di una

associazione. Tra questi, quasi uno su due (46,5%) partecipa ad associazioni culturali e meno di uno su tre (29,5%) ad attività di volontariato sociale. Tutte le altre associazioni (sportive, sindacati, tutela ambientale, scout, religioso/parrocchiali, ecc.) sono indicate da meno di un rispondente su dieci (tra quelli che hanno dichiarato di fare parte di associazioni) (Fig.2).

Fig. 2 - Distribuzione percentuale del tipo di associazione di appartenenza tra gli *streeters*



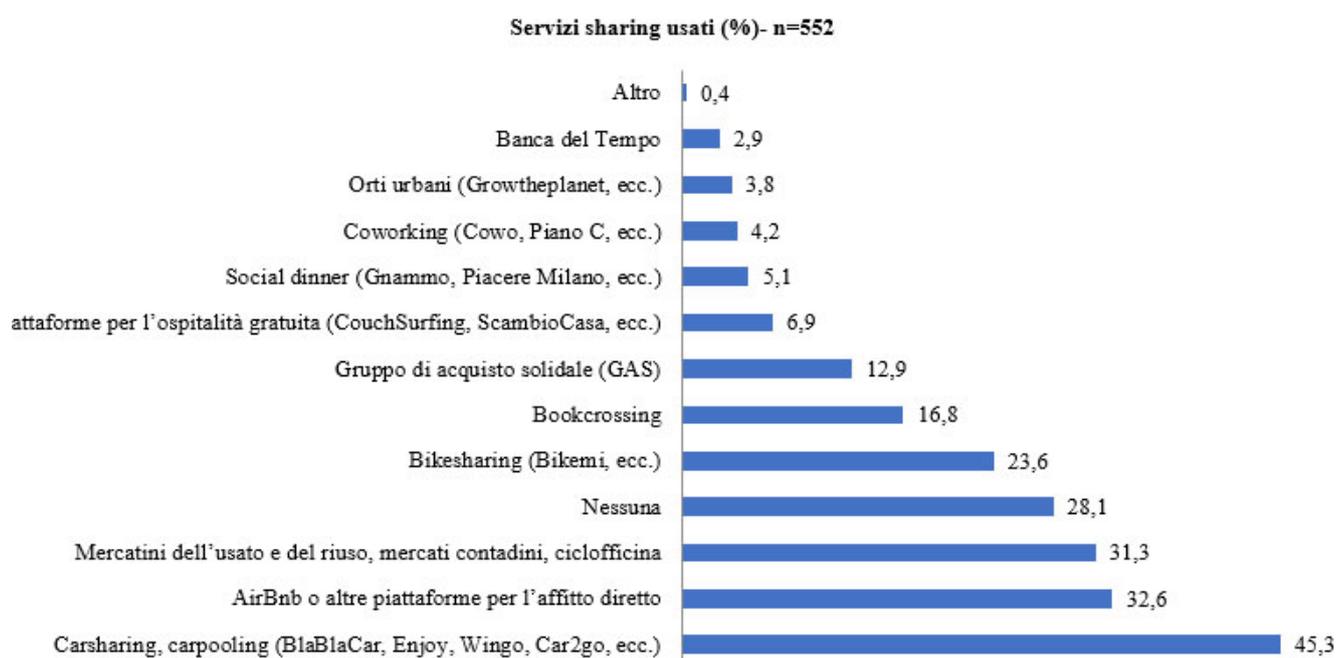
Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## 2. Esperienze di condivisione

Nel discorso pubblico (incontri, conferenze, articoli di giornale), il fenomeno social street viene spesso associato a esperienze di sharing economy, suggerendo in qualche modo un legame tra lo stile di vita *sharing* e l'essere un *social streeter*. Condivisione, scambio sono parole chiave in entrambi i fenomeni. Dal nostro questionario, che ci permette di valutare

quanto i servizi di sharing economy siano effettivamente usati dagli *streeters*, l'aspettativa è sostanzialmente confermata. Emerge infatti che quasi uno *streeter* su due (45,3%) è iscritto a servizi di carsharing o carpooling e uno su quattro (23,6%) a servizi di bikesharing. Quasi un rispondente su tre dichiara di usare Airbnb (32,6%) e frequentare mercatini dell'usato e del riuso (31,3%). Il bookcrossing è selezionato da uno *streeter* su sei (16,8%), i GAS da poco più di uno su dieci (12,9%). Va segnalato, tuttavia, che più di uno *streeter* su quattro (28,1%) dichiara di non usare alcuna delle esperienze di condivisione da noi elencate (Fig. 3).

Fig. 3 - Distribuzione percentuale dei servizi di sharing utilizzati dagli *streeters*



### 3. Rapporto con la tecnologia

I gruppi social street si trovano su Facebook. L'utilizzo delle moderne tecnologie di informazione e comunicazione è quindi un requisito imprescindibile per chi voglia fare parte di questi gruppi. Sono casi quasi isolati coloro che riescono a tenersi informati e partecipare agli incontri reali dei gruppi senza avere accesso alla piattaforma Internet. È importante segnalare che questa caratteristica esclude dal fenomeno una serie di cittadini, ovvero coloro che per mancanza di motivazione, risorse, capacità o volontà non fanno parte di social networks come Facebook – cittadini che spesso sono anziani, con un basso livello di istruzione, e/o stranieri, stando alla letteratura. Fatta questa necessaria premessa, è comunque interessante approfondire il rapporto che gli *streeters* hanno con la tecnologia. Senza alcuna sorpresa, il 100% di loro utilizza Facebook. Quasi uno su due (48,7%) è anche utente di LinkedIn, uno su tre (31,8%) di Instagram e solo uno su quattro (26,8%) di Twitter.

Per quanto riguarda il livello di competenze digitali, gli *streeters* tendono ad affermare di sentirsi a proprio agio con le moderne tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) e con i social networks. Su una scala da 1 (“Inesperto”) a 7 (“Esperto”), solo due rispondenti su cento si ritengono inesperti rispetto alle prime (1,5%) o i secondi (2%). Due terzi degli *streeters* si colloca sui tre punteggi più alti (5-7), rispettivamente il 69,8% si ritengono “Esperti” o quasi rispetto alle ICT, mentre il 66,6% rispetto ai social networks (Fig. 4). Nello specifico, il social network più diffuso, Facebook, è usato spesso per mantenere contatti con amici lontani (65,1%) e vicini (52,2%) e cercare informazioni per gli eventi in zona (51,3%). In molti dichiarano invece di non usarlo mai per cercare opportunità sentimentali (93,3%) o lavorative (74,9%). Facebook sembra quindi essere utilizzato principalmente per una funzione ludico-sociale, per mantenere contatti e socializzare, mentre l'approccio “strumentale”, legato a lavoro e altri bisogni, è poco

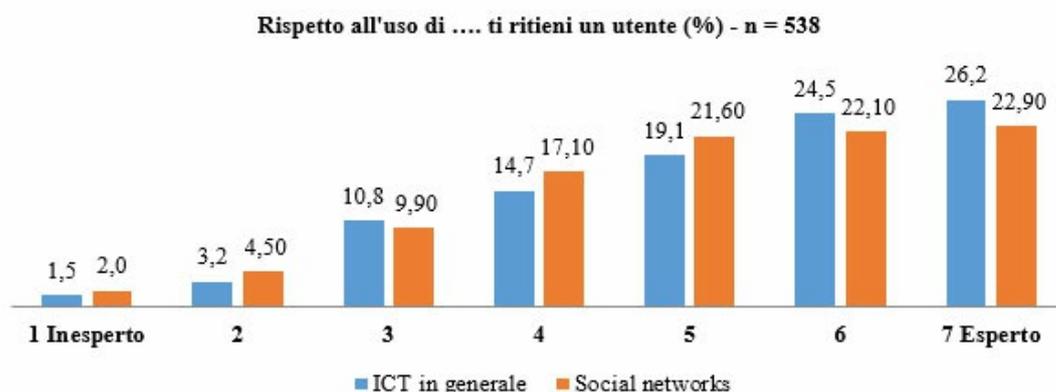
presente (Tab. 1).

Tab. 1 - Distribuzione percentuale della frequenza dell'uso di Facebook per determinati scopi tra gli streeters

FREQUENZA USO FACEBOOK PER...	Mai	A volte	Spesso	N (Totale)
Questioni di lavoro	48,3	28,1	23,6	538
Mantenere i contatti con amici vicini	5,8	42	52,2	538
Mantenere i contatti con amici lontani	3,5	31,4	65,1	538
Cercare informazioni sugli eventi in zona	7,1	41,6	51,3	538
Cercare opportunità lavorative	74,9	18,4	6,7	538
Cercare opportunità sentimentali	93,3	5	1,7	538
Publicare foto e farmi conoscere	38,8	47,2	13,9	538

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Fig. 4 - Distribuzione percentuale di livello di competenza tecnologica percepito tra gli streeters



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

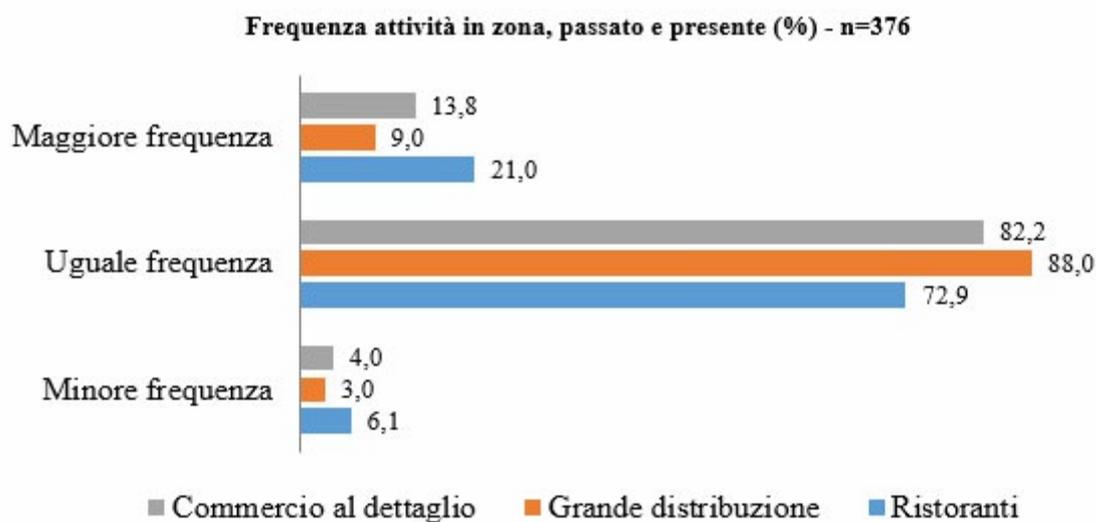
In sintesi, qual è l'identikit socio-culturale dello *streeter* tipo? Interessato alla politica ma non necessariamente iscritto ad associazioni "tradizionali", simpatizzante per la sharing economy e a proprio agio con le moderne tecnologie di informazione e comunicazione.

## Prima e Dopo la Social Street

Solo per coloro che hanno dichiarato di sentire di appartenere a un

gruppo, abbiamo indagato i cambiamenti nella vita quotidiana prima e dopo l'iscrizione alla social street. Innanzitutto, più di uno streeter su due (54,5%) dichiara di aver conosciuto nuove persone nel quartiere. Per quanto riguarda le attività commerciali, abbiamo chiesto la frequenza con cui il rispondente si intratteneva prima di iscriversi al gruppo e con quale si intrattiene una volta iscritto, presso ristoranti, negozi di grande distribuzione e esercizi di commercio al dettaglio della zona. Emerge che la maggior parte dei rispondenti ha mantenuto uguale frequenza. Tuttavia, uno *streeter* su cinque (21%) frequenta ristoranti più spesso, poco meno di uno su sei (13,8%) si reca con più frequenza a esercizi di commercio al dettaglio e solo uno su dieci (9%) presso esercizi di grande distribuzione. Piccole porzioni di rispondenti (tra il 3 e il 6%) svolgono queste attività con minore frequenza da quando sono iscritti al gruppo (Fig. 5). In generale, tre *streeters* su quattro (74,1%) non hanno sentito variazioni nella percezione della loro vita quotidiana in zona da quando sono iscritti al gruppo. Uno su quattro (25%), invece, sente di svolgere attività di vita quotidiana in zona con maggiore frequenza. Tre rispondenti su cinque ritengono comunque utile allontanarsi dalla zona per incontrare gli amici di sempre (61,9%) e per lavoro (60%); uno su due per fare acquisti (50%) e per il tempo libero (48,1%). Anche praticare sport (15,6%) e seguire i propri hobbies (23,4%) portano ad allontanarsi dalla propria social street.

Fig. 5 - Distribuzione percentuale della frequenza di attività svolte nella propria zona nel presente rispetto a prima di iscriversi alla social street

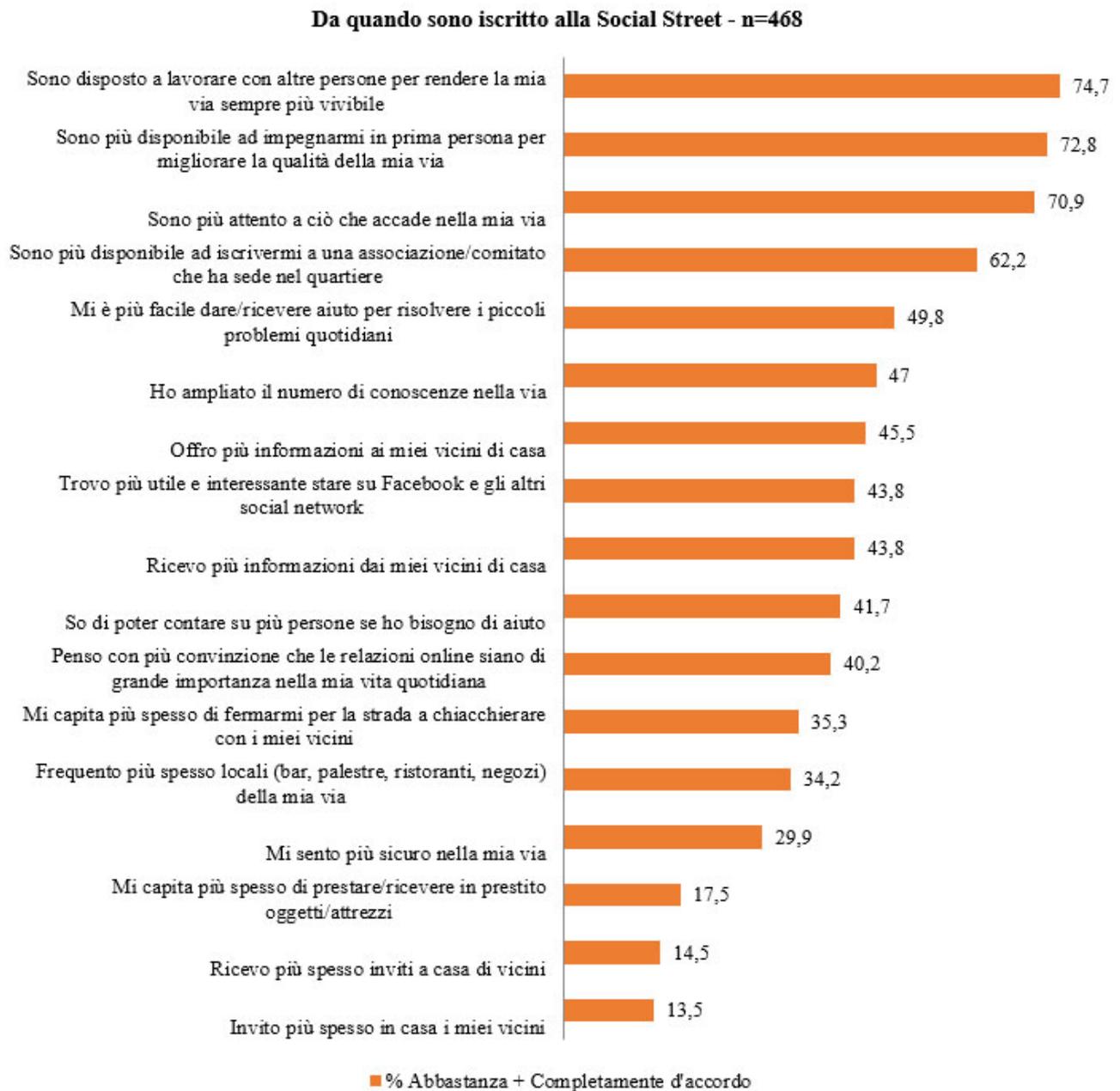


Fonte: Osservatorio sulle Social Street

## Con la Social Street

Per concludere, più in generale, abbiamo chiesto a tutti i rispondenti di esprimere il grado di accordo con alcune affermazioni legate a cambiamenti da quando si è iscritti alla social street (Fig. 6).

Fig. 6 - Da quando sono iscritto alla Social Street (Distribuzione percentuale di "Abbastanza" e "Completamente" d'accordo)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### 1. Socializzazione

Uno degli obiettivi primari di una social street è la socializzazione. Ci siamo dunque chiesti: come cambia il rapporto con i vicini con la Social Street? Meno di uno *streeter* su sei concorda con il fatto che accade più spesso di invitare a casa i vicini (13,5%) o essere invitato (14,5%). Tuttavia,

uno *streeter* su tre (35,3%) concorda che da quando si è iscritti al gruppo capita più spesso di fermarsi per la strada chiacchierare con i vicini. Due rispondenti su cinque (40,2%) affermano di pensare con più convinzione che le relazioni online siano di grande importanza nella vita quotidiana, tanto che più di due rispondenti su cinque (43,8%) concordano con il fatto di trovare più interessante stare su Facebook e altri social network da quando sono iscritti al gruppo. In linea con quanto detto poco sopra, inoltre, quasi uno *streeter* su due concorda con il fatto di aver ampliato il numero di conoscenze nella via (47%). Sembra quindi che effettivamente iscriversi alla social street porti ad aumentare la rete di conoscenze nella via, ma che le relazioni si sviluppino per lo più in spazi pubblici (“per strada”) o online piuttosto che nel privato delle abitazioni (invitare/ricevere inviti dai vicini).

## 2. Funzione informativo-utilitaristica

Altri cambiamenti presi in considerazione riguardano aspetti più pratici e funzionali. Solo poco più di un rispondente su sei (17,5%) afferma di prendere/ricevere in prestito oggetti o attrezzi più spesso. Tuttavia, due rispondenti su cinque (41,5%) concordano con il fatto di sapere di poter contare su più persone in caso di aiuto. Gli scambi di informazione tra vicini sembrano diventare più frequenti, con più di due rispondenti su cinque che dichiarano di ricevere (43,8%) e/o offrire (45,5%) più informazioni dai/ai vicini di casa. Inoltre, uno *streeter* su due (49,8%) percepisce come più semplice il dare o ricevere aiuto per i piccoli problemi quotidiani. La funzione informativo-utilitaristica dei gruppi sembra quindi rilevante. Grazie alle nuove conoscenze che si sviluppano in virtù della propria presenza nel gruppo, sembra che gli *streeters* possano accedere a nuove risorse che facilitano la vita quotidiana, che siano informazioni, attrezzi o aiuto in

generale.

### *3. Partecipazione*

Dal punto di vista della partecipazione, sembra che la social street sia in grado di attivare molte risorse. Più di tre rispondenti su cinque (62,2%) dichiarano di essere più disponibili a iscriversi a una associazione/comitato che ha sede nel quartiere, da quando sono iscritti alla social street. Più di due *streeters* su tre dichiarano di essere più attenti a quello che accade nella via (70,9%) o più disponibili ad impegnarsi in prima persona per migliorare la qualità della via (72,8%). Inoltre, quasi tre rispondenti su quattro (74,7%) dichiarano che da quando sono iscritti al gruppo sono più disposti a lavorare con altre persone per rendere la via sempre più vivibile.

### *4. Sicurezza*

Un tema molto sentito al giorno d'oggi, anche per copertura mediatica, è il senso di sicurezza. Cosa può fare la social street? Quasi un rispondente su tre (29,9%) ritiene di sentirsi più sicuro nella via. Da un lato questo potrebbe essere legato al maggior flusso di informazioni riguardanti il quartiere che si sviluppa nei gruppi, dall'altro, potrebbe invece essere legato al fatto di conoscere un numero maggiore di vicini e sentirsi quindi meno soli nel quartiere. Per meglio investigare questo aspetto, abbiamo guardato la correlazione delle risposte date all'item "Mi sento più sicuro nella mia via" con quelle degli altri item della batteria. Risulta un indice di correlazione positivo piuttosto alto (0,672) con l'item "So di poter contare su più persone se ho bisogno", a conferma che sia una combinazione dei due aspetti, informativo-utilitaristico ("Poter contare") e sociale ("Più persone"), a

correlarsi con una maggior sicurezza percepita.

## **Conclusioni e rilanci**

In questo capitolo, abbiamo tentato di tracciare un profilo degli *streeters*. Alla luce di quanto emerso, rimane da presentare qualche spunto per future riflessioni.

1) L'identikit socio-demografico suggerisce che le fasce più fragili del tessuto urbano, quali ad esempio anziani e stranieri, siano ancora scarsamente rappresentate tra gli *streeters*. Anche se in parte questo è probabilmente attribuibile alla natura online del fenomeno, rimane da chiedersi se per caso ci siano persone che vorrebbero far parte dei gruppi ma non ne hanno l'occasione e, nel caso, quale possa essere il modo di integrarle.

2) Legato a questo, emerge il fatto che i rispondenti al questionario siano persone con un alto livello di alfabetizzazione digitale e già socializzate all'uso dei social media. In questo contesto risulta difficile generalizzare a tutta la popolazione degli *streeters* proprio a causa della natura stessa della rilevazione, ma sarebbe interessante approfondire se il grado di familiarità con i social network influenzi la frequenza di attività all'interno del gruppo.

3) È interessante notare che, in parallelo con il debole legame con l'associazionismo (solo un terzo dei rispondenti fa parte di associazioni), sia emersa anche una maggiore volontà di spendersi per rendere migliore la propria zona ed eventualmente fare parte di gruppi organizzati. Le social street potrebbero quindi avere il potenziale di

diventare gruppi di interesse per intervenire sul territorio, e una futura linea di ricerca potrebbe concentrarsi proprio su questo.

4) Per quanto riguarda lo svolgimento della vita quotidiana nella propria zona, sembra che la maggior parte degli *streeters* non modifichi le proprie abitudini di vita una volta iscritti al gruppo. Questo porta a interrogarsi su quale sia l'effettiva interazione tra la *social street* e il territorio, per esempio dal punto di vista dei commercianti o dei servizi.

<sup>1</sup> Il questionario è stato partecipato con gli amministratori, sia nella fase di costruzione che di somministrazione nei gruppi Facebook delle *social street*. I ricercatori dell'Osservatorio sulle *Social Street* hanno contattato attraverso una mailing list gli amministratori delle *social* di Milano e provincia e hanno chiesto loro di formulare le domande e le questioni che ritenevano importanti. I ricercatori dopo questa prima fase di consultazione online hanno formulato il questionario che è stato inviato agli amministratori e pretestato *face to face* con alcuni di loro. Una volta messo a punto lo strumento di raccolta delle informazioni, quest'ultimo è stato postato sui gruppi Facebook delle *social street*, dove è stato presente per almeno tre mesi, con richiami settimanali.

<sup>2</sup> <http://www.tuttitalia.it/lombardia/18-milano/statistiche/cittadini-stranieri-2016/>

## Approfondimento n. 3

### **Di cosa parlano i vicini di casa nei gruppi Facebook?**

a cura dei ricercatori dell'Osservatorio sulle Social Street<sup>1</sup>

#### **Introduzione**

Se la *pars* virtuale delle social street, rappresentata dal gruppo Facebook, ha permesso di aggregare persone di appartenenze differenti in un unico luogo, facendo collassare i molteplici gruppi di appartenenza e costruendo su questi legami e relazioni, è apparso sempre più necessario capire come questo accada, individuando quali siano gli scambi che nascono e si sviluppano all'interno della vita dei gruppi online, la frequenza e i contenuti.

Gli obiettivi di una social street sono prevalentemente “reali” e possibilmente “virtuosi”: incontro, condivisione, solidarietà, scambio di opinioni e consigli, di aiuto, idee e oggetti. Tuttavia, pensando a questo fenomeno una domanda sorge spontanea: può una social street esistere indipendentemente dalla sua dimensione digitale? Questa nasce, infatti, da un gesto concreto, reale, di una persona che, da sola o insieme a qualcun altro, sceglie di aprire un gruppo su Facebook al quale potranno aderire tutti gli abitanti della zona presa in considerazione.

Il passaggio con cui si sancisce la nascita di una social street è, dunque, la creazione dello spazio virtuale, un gruppo su Facebook. Da quel momento in poi, la vita del gruppo è tutto fuorché stabile: cambiano amministratori, tra

quelli che se ne vanno e, prevalentemente, quelli che si aggiungono; cambiano i membri; cambia l'organizzazione dello spazio virtuale; cambiano gli argomenti di conversazione; cambiano le attività e le risorse a disposizione per metterle in campo. I cambiamenti a cui è soggetta la social street dipendono, inoltre, dalla relazione che si viene a instaurare tra lo spazio reale e quello virtuale.

Al fine di comprendere pienamente cosa sia una Social Street, è dunque necessario osservare la dimensione digitale di questo fenomeno, che sembra costituire il punto di partenza per una sua successiva e virtuosa realizzazione fisica e sociale nella via o zona in cui la social street (reale e virtuale) abita.

Nel corso di questo approfondimento, si risponderà alle domande qui presentate che ci aiutano ad esplorare come si viene a costituire lo spazio digitale osservando il ruolo dei diversi protagonisti della social street, i contenuti emergenti e il rapporto che intercorre tra reale e virtuale. A tal fine, si è deciso di utilizzare due metodi di ricerca qualitativa riadattati allo studio degli ambienti digitali: *l'etnografia digitale* e la *content analysis*. L'etnografia digitale, sulla scia di quella che Kozinet definisce netnografia, consiste in una nuova metodologia di ricerca qualitativa che utilizza tecniche specifiche dell'etnografica per studiare le forme di cultura e comunità che emergono dalle comunicazioni mediate dalla tecnologia odierna (Blog, community, Social Networks sono alcuni esempi). Questa, proprio come l'etnografia tradizionale, si basa sulla partecipazione e l'osservazione di particolari arene culturali – presenti, tuttavia, online. Intesa in questo modo, la netnografia ha permesso di indagare e comprendere in quale modo si manifestino gli scambi e la vita online, le conversazioni e le relazioni e per riflettere su come queste riescano a far emergere e sviluppare (o meno) relazioni anche al di fuori della rete.

In parallelo, abbiamo utilizzato la tecnica dell'analisi del contenuto, o

*content analysis*, ovvero si è analizzato uno per uno i contenuti dei messaggi scambiati sulla piattaforma virtuale, codificandoli in modo da poter studiare come i temi principali di comunicazione emergano e si sviluppino.

Così come le interviste e le passeggiate hanno permesso di raccogliere le voci dei fondatori e conoscere i volti e i vissuti dei partecipanti, allo stesso modo attraverso i metodi di indagine digitale, è stato possibile raccogliere le voci dei membri dell'intero gruppo e ricostruirne l'evoluzione e la frequenza di scambi e di contenuti.

### **Nota metodologica**

La raccolta dei dati ha riguardato 20 gruppi e sono stati analizzati tutti i post pubblicati tra gennaio e dicembre 2015.

Nonostante maggiori dettagli possano essere ritrovati nella sezione metodologica di questo libro, ci sono alcuni elementi che vanno descritti qui e ora per poter comprendere meglio i dati presentati.

Per l'analisi netnografica, ogni ricercatore ha osservato gli scambi avvenuti all'interno dei gruppi e prodotto delle note osservative riportando gli avvenimenti principali e collegandoli ad informazioni riguardanti le vite *offline* dei gruppi.

Per quanto riguarda la *content analysis*, sono state individuate alcune categorie, validate in una fase di pretest, all'interno delle quali sono stati catalogati i 13.601 post pubblicati nel 2015 sui 20 gruppi presi in considerazione.

In particolare, sono state individuate cinque macro-categorie e alcune sottocategorie, qui brevemente descritte:

- 1) Iniziative: attività di vario genere che implicano lo stare insieme,

proposte esplicitamente dalla social street nella veste di attore collettivo (*Iniziativa della social street*) o come co-proponente con altre associazioni/organizzazioni/persone del quartiere (feste di quartiere, bookcrossing, corsi di cucina, incontri vari, ...) (*Iniziativa di altri*). Iniziative legate a ricerche, come questionari o incontri, rientrano anche in questa macro-categoria (*Iniziativa di ricerche*).

2) Sharing (cerco/offro): lo scambio inteso largamente come, per esempio, le richieste di informazioni o i diversi annunci (*Sharing: informazioni*), il cerco/offro, la cessione gratuita o in alcuni casi la vendita di oggetti e spazi (*Sharing: cose/luoghi*) e la messa in comune di abilità personali e professionali (*Sharing: competenze*).

3) Interazioni varie: ovvero tutti i tipi di comunicazioni sul gruppo che non riguardano gli ambiti precedenti. Rientrano in questa categoria gli auguri, i saluti e le presentazioni (*Interazioni varie*), così come la messa in discussione collettiva delle regole del gruppo (*Regole-modifiche al sito*).

4) Territorio: afferiscono a questa categoria i post che mettono in luce il decadimento (*Degrado*), le paure o i punti di forza (*Sicurezza*) e i cambiamenti avvenuti – o in corso – nel quartiere (*Trasformazioni fisiche*).

5) Identità: ovvero tutti quei post che hanno a che fare con il recupero della storia e dell'eredità del quartiere (*Memoria*), con quanto di bello il territorio sa offrire (*Bellezza/simboli*), con notizie da altri gruppi social street o attività affini (*Cultura social*) e con le personalità che del quartiere sono i volti (*Personaggi*).

Le categorie sono identificabili nello schema qui sotto proposto (Tab. 1). Oltre ad analizzare il contenuto di ogni singolo messaggio, abbiamo anche

guardato chi lo avesse postato, distinguendo dunque i mittenti – o *Poster* – tra *fondatori o amministratori*, persone quindi che hanno per loro stessa definizione un ruolo attivo nel gruppo, e gli *altri membri*.

Tab. 1 - Macro-categorie e sotto-categorie utilizzate per la content analysis

Poster	Iniziative	Sharing (Cerco/offro)	Interazioni	Territorio	Identità della social street
Fondatori - amministratori	Della social street	Informazioni	Regole - Modifiche al sito	Degrado	Memoria
Altri	Di altri	Cose/luoghi	Varie (auguri, benvenuto, ringraziamenti)	Sicurezza	Bellezza/simboli
	Di ricerche	Competenze		Trasformazioni fisiche	Cultura social
					Personaggi

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Una premessa necessaria: nella maggior parte dei gruppi, gli amministratori svolgono un'attività di controllo dei post che vengono pubblicati, eliminando i messaggi ritenuti non inerenti alle linee guida del gruppo. I post a cui abbiamo avuto accesso per la nostra analisi sono quelli rimasti pubblicati nel gruppo. Non è stato possibile per questi motivi analizzare i post eliminati che, tuttavia, potrebbero, in qualche modo, rappresentare ulteriori espressioni dei membri del gruppo. I post eliminati possono riferirsi, ad esempio, a pubblicità di competenze o attività commerciali, piuttosto che a opinioni di stampo politico.

Inoltre, in alcuni gruppi si è assistito alla creazione di gruppi paralleli, dedicati ad esempio allo scambio di oggetti piuttosto che a specifiche attività del gruppo. L'esistenza di questi "gruppi nei gruppi" incide ulteriormente

sulle tipologie di post presenti nei gruppi “principali”.

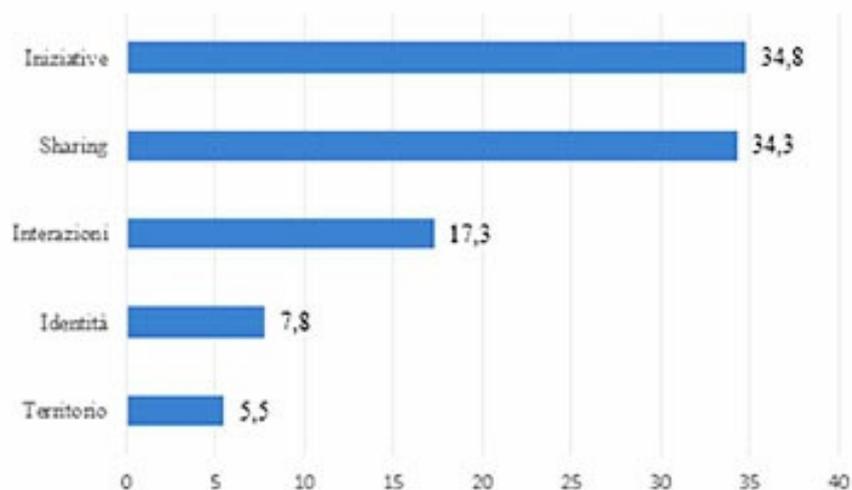
### **I contenuti: di cosa si parla nei gruppi?**

In questo paragrafo si vogliono introdurre i risultati analizzando le macro-categorie precedentemente descritte per poi soffermarsi nelle situazioni particolari.

Analizzando i 13.601 post pubblicati nel corso del 2015, le categorie *Iniziativa* e *Sharing* risultano essere quelle entro cui è ricaduta la maggior parte dei messaggi pubblicati. Da quello che si evince dal grafico in Fig. 1, ognuna delle due categorie raccoglie un post su tre (rispettivamente 34,8% e 34,3%). Un post su sei (17,3%) ricade in *Interazioni*, mentre le categorie *Identità* e *Territorio* raccolgono il resto dei post (rispettivamente 7,8% e 5,5%).

Appare così evidente come i temi più cari e discussi nelle social street siano gli eventi, ossia le *Iniziativa*, e lo scambio di informazioni, cose e competenze, lo *Sharing*, che sembra voler sottolineare la valenza relazionale di condivisione e messa in comune di conoscenze che contraddistingue in ampia parte la vita online delle social. Anche l’aspetto delle *Interazioni* risulta piuttosto sentito, evidenziando come la componente della socializzazione sia effettivamente messa a tema nel flusso comunicativo delle social street. Contrariamente alle aspettative, considerato che le Social Street sono per loro stessa definizione radicate in luoghi ben definiti, il tema del *Territorio* risulta essere marginale nel discorso generale dei gruppi.

Fig. 1 - Distribuzione percentuale dei post per macro-categorie (N=13.601)

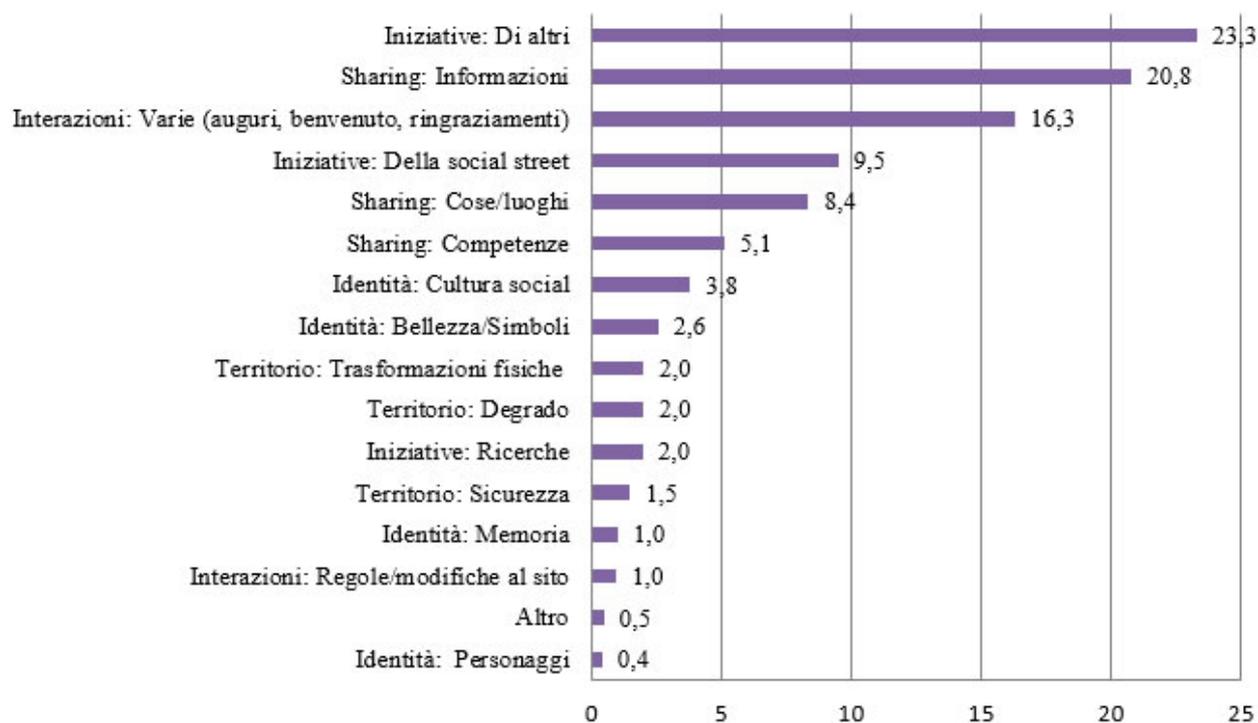


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

È possibile anche analizzare categorie più specifiche. Osservando le categorie afferenti al gruppo *Iniziative*, proposte nel grafico in Fig. 2, si evince come *Iniziative: di altri* sia la categoria più gettonata per i post pubblicati: quasi un post su quattro (23,3%), tra quelli pubblicati sui gruppi delle 20 social street da noi considerate, appartiene a questa categoria. Le social street sembrano così avere un ruolo cruciale nel fare da cassa di risonanza ad eventi di altre entità, che nella maggior parte dei casi sono iniziative legate al quartiere di cui la social street fa parte. *Sharing: Informazioni* è, invece, la seconda categoria più rappresentata, cui afferiscono circa un post su cinque (20,8%). Al terzo posto si trova la categoria *Interazioni varie* (16,3%), che rappresenta le attività di socializzazione (auguri, saluti) che si svolgono online.

Temi quali la *Sicurezza* e il *Degrado*, che, grazie alla copertura mediatica, ci si potrebbe aspettare prevalenti, risultano occupare invece uno spazio marginale nel flusso comunicativo del gruppo: vi afferisce solo, rispettivamente, l'1,5% e il 2% dei post. Circa un post su cento (1%) riguarda le riflessioni circa le *Regole e modifiche* al gruppo stesso.

Fig. 2 – Distribuzione percentuale dei post per categorie (N=13.601)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### Chi scrive sui gruppi?

Come si evince dalla Fig. 3, il peso dei post degli amministratori sui post totali varia molto a seconda del gruppo, spaziando da meno di due post su 100 (1,9%) nel gruppo 8 e arrivando a sfiorare i 7 post su 10 nel gruppo 6 (68,1%). In media, un post su quattro è pubblicato da un amministratore (24,6%).

Fig. 3 – Distribuzione percentuale dei post per poster



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Anche gli stili di comunicazione, “intervento” e “presenza” degli amministratori nelle conversazioni sul gruppo Facebook variano a seconda della social street di appartenenza.

Nell’ambito delle nostre analisi, abbiamo identificato tre tipologie di stili di amministrazione: *“costante ma non egemonico”, “residuale” ed “egemonico”*.

1) In particolare, la prima tipologia è caratterizzata da un amministratore che non sovrasta la pubblicazione dei post da parte degli altri utenti, ma è sufficientemente costante e significativa.

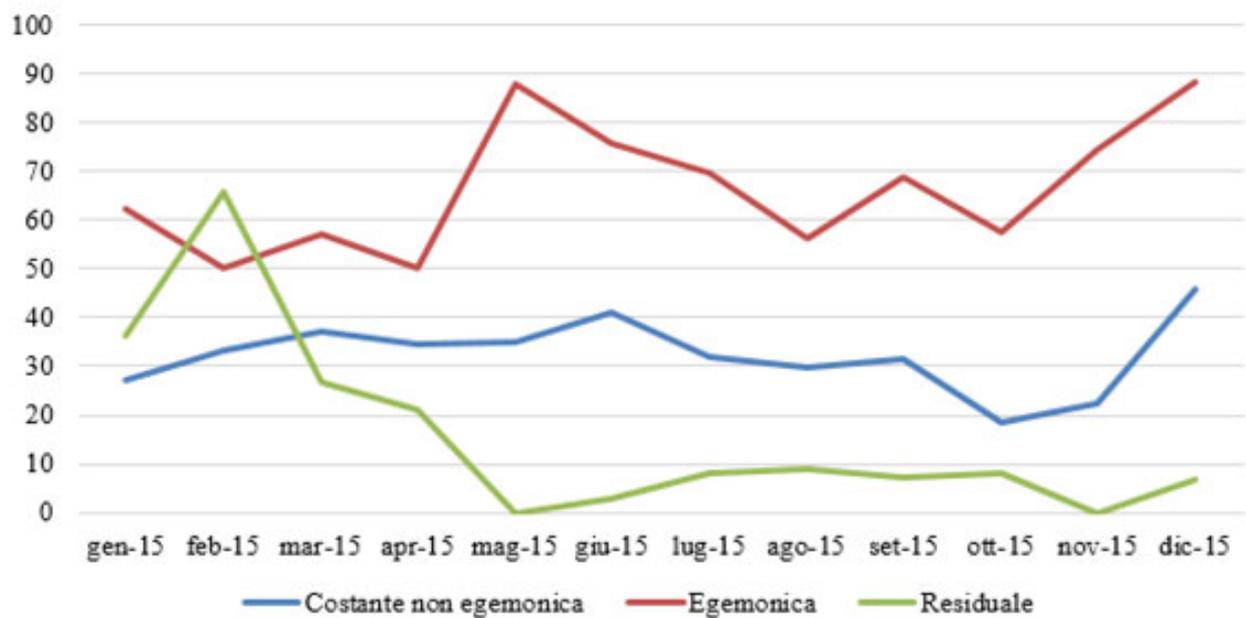
Appartiene a questa tipologia uno dei gruppi più attivi sul territorio milanese, in cui un post su tre ogni mese – in media – è attribuito agli amministratori. La social street in questione propone appuntamenti fissi, il che implica un'attenzione continua da parte degli amministratori per ottenere partecipazione, e un'informazione efficace sulle iniziative organizzate. Dalle note osservative, inoltre, emerge che gli amministratori intervengono anche spesso nei commenti ai post.

2) Il secondo esempio, lo stile residuale, fa riferimento a quei gruppi che vedono un numero molto basso di interazione lanciate dagli amministratori. Le social street di questo tipo sono anche quelle più spente sul versante delle attività fisiche, a dimostrazione dell'importanza di un impegno da parte degli amministratori quando vi è da fare il passaggio di conoscenza diretta e organizzazione logistica di eventi.

3) La terza tipologia, lo stile egemonico, vuole riflettere su un altro tipo di presenza dell'amministratore osservata, ovvero quando chi gestisce il gruppo Facebook diventa il principale informatore di ciò che avviene nel quartiere. In questo caso, abbiamo potuto osservare come in certi casi il lodevole impegno da parte dell'amministratore porti ad avere molte iniziative, ma frequentate sempre dalle stesse (poche) persone.

Il grafico qui proposto (Fig. 4) rappresenta l'andamento in tre gruppi presi ad esempio, uno per ognuna delle tre tipologie.

Fig.4 - Distribuzione percentuale dei post degli amministratori in tre



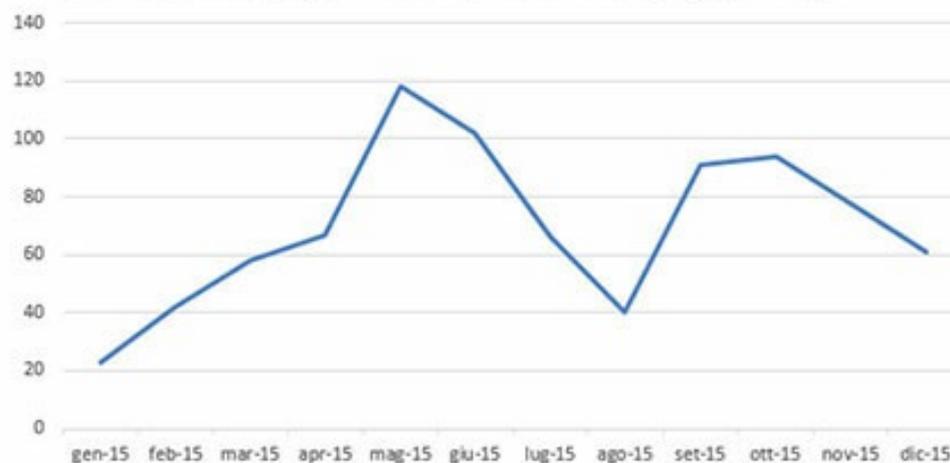
Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## **Quali cambiamenti avvengono nel gruppo Facebook nel passaggio dal virtuale al reale al virtuoso?**

Come evolve la discussione all'interno del gruppo nelle diverse fasi? È utile premettere che elaborare una sorta di modello rappresentativo di ciò che accade nei gruppi Facebook nel passaggio dal virtuale a qualcosa di più tangibile non è cosa facile. Tuttavia, laddove si sono create delle occasioni di scambio e incontro reale tra le persone attraverso varie iniziative (spesso non sporadiche ma contraddistinte da una certa continuità nel tempo), è stato possibile osservare alcune caratteristiche rilevanti all'interno della comunicazione online:

1) Incremento di interazione all'interno del gruppo di residenti, a fini organizzativi e promozionali delle iniziative social: in occasione delle iniziative promosse dalle social street si può notare un aumento dei post pubblicati, sia da parte degli amministratori che da parte degli utenti, all'interno del gruppo di residenti. Prendendo ad esempio una social street con un numero di iscritti superiore al migliaio e con una media di 70 post pubblicati al mese, si può osservare come, nell'anno preso da noi in esame, sia a maggio in occasione della festa della Social Street, che a settembre per il pic-nic di rientro dalla pausa estiva, sia aumentato notevolmente il numero di post pubblicati. Ad un aumento dell'attività reale o fisica, corrisponde un parallelo aumento dell'attività digitale, ad indicare la natura ibrida del fenomeno, che non va a privare nessuna delle due componenti.

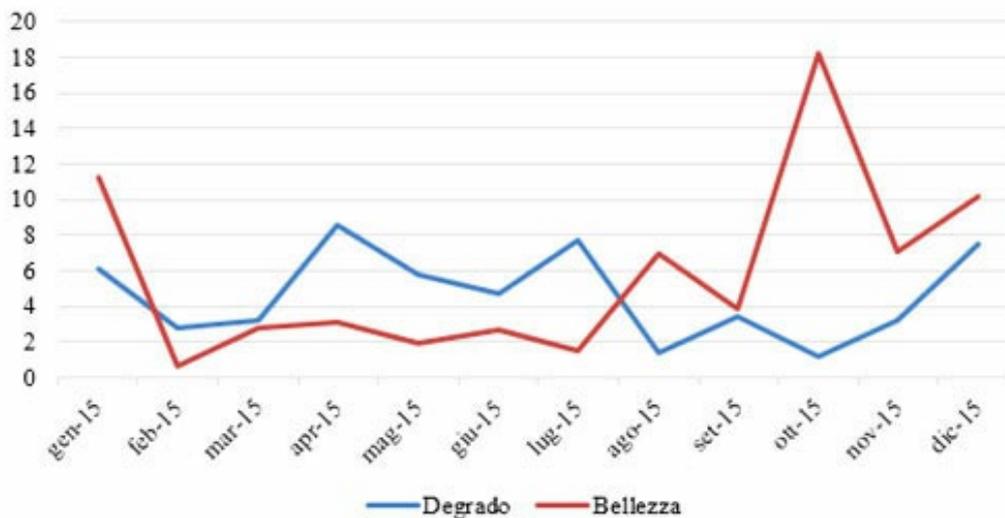
Fig. 5 – Numero di post pubblicati nel 2015 in uno dei gruppi (N= 840)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

2) Minore negatività: Con l'aumentare della frequenza degli incontri reali, diminuiscono i post riguardo al degrado e alla sicurezza, mentre si inizia a mettere a tema la bellezza della zona e la sua storia, o a proporre iniziative per abbellirla. Nel grafico qui riportato (Fig. 6), possiamo osservare questo trend in una social street molto attiva, in cui mediamente vengono pubblicati 160 post al mese. Grazie alle iniziative organizzate, gli utenti hanno iniziato a conoscersi – soprattutto nel periodo estivo, sono state organizzate numerose iniziative come visite guidate e aperitivi. Queste numerose opportunità di conoscenza hanno portato gli streeters a riconsiderare il quartiere e a focalizzarsi sulle cose belle che contraddistinguono la zona di residenza. Si può osservare, infatti, come a partire dal periodo estivo, periodo denso di appuntamenti social, si sia infatti invertita la tendenza e sia cresciuta la concentrazione sugli aspetti positivi del quartiere.

Fig. 6 – Percentuale post su degrado vs bellezza nel 2015 in un gruppo

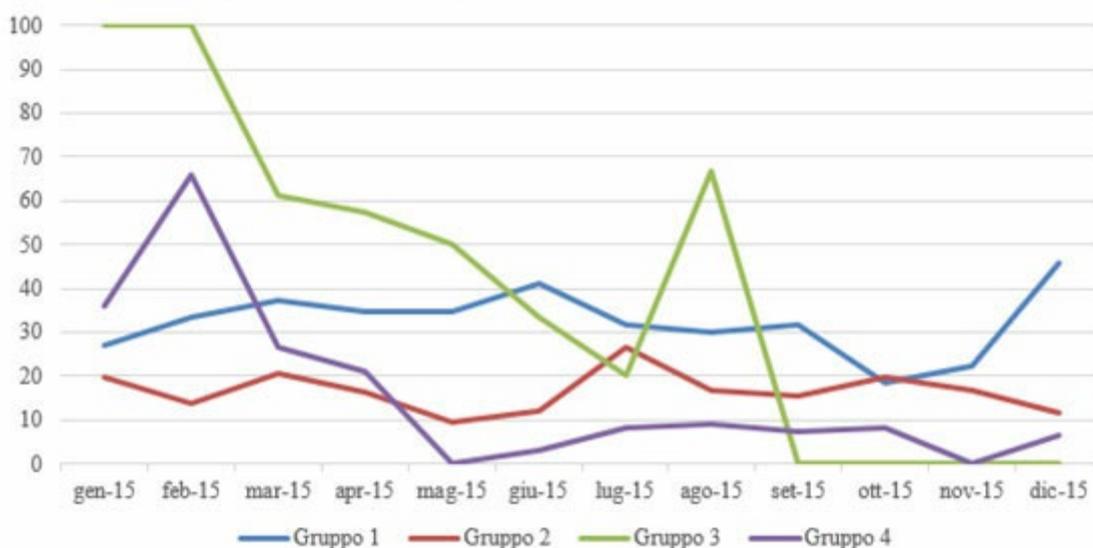


Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

3) Costante presenza dell'amministratore: nelle social street che riescono a compiere il passaggio dal digitale al fisico, la presenza dell'amministratore rimane una costante per il corretto funzionamento del gruppo in qualità di moderatore e di "garante" delle regole, soprattutto data la facile accessibilità al gruppo dei residenti che permette a chiunque di entrare nel gruppo in qualsiasi momento. Tale presenza non deve essere egemonica, ma al tempo stesso deve essere abbastanza costante in modo da offrire un punto di riferimento per gli *streeters*. In riferimento alle tipologie di stili di amministrazione precedentemente individuate, risulta infatti che nei gruppi in cui il passaggio dal virtuale al reale risulta più tangibile, lo stile più rappresentato sia proprio quello costante non egemonico. Prendiamo ad esempio quattro gruppi. I primi due gruppi sono due gruppi molto attivi, sia virtualmente – con una media di 105 e 170 post pubblicati al mese, rispettivamente – che realmente, con incontri frequenti. Il gruppo 3 è un gruppo che non è mai riuscito a fare il passaggio al reale, e in cui

l'interazione online è stata bassa – una media di 7 post al mese. Il gruppo 4 è, invece, un gruppo in cui l'attività generale del gruppo è calata nel corso dell'anno, sia per quanto riguarda l'ambito online che quello offline: da maggio in poi non ci sono state proposte di incontro, e parallelamente la media dei post al mese è calata dai 60 di gennaio-maggio a 30 in giugno-dicembre. Il grafico mostra chiaramente come nei gruppi 1 e 2 la presenza degli admin rimanga costante e mai troppo saturante – si attesta sempre intorno al 30% – mentre negli altri due gruppi la forte e quasi egemonica presenza degli amministratori iniziale è stata seguita da un rapido declino che – come abbiamo detto – si è riflesso nelle attività offline (Fig. 7).

Fig. 7 – Percentuale post di amministratori in quattro gruppi



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Note conclusive

Data la natura virtuale dell'osservazione qui svolta e lo stesso oggetto, ci si è chiesti in che modo le social street possano sopravvivere senza il

digitale, ossia senza quello spazio virtuale che ne ha permesso la nascita e l'esistenza.

Le social street nascono online, reagendo alle peculiarità del territorio, alle usanze e ai rapporti tra le persone, nascono per contrastare quella tendenza iper-individualista e di anonimità che contraddistingue le relazioni, i luoghi, i quartieri, le vie, attraverso un canale alternativo che oggi contraddistingue la vita quotidiana. Sarebbero possibili allora social street senza spazio digitale?

Pensare alla social street senza la parte che la contraddistingue sin dalla nascita appare anche solo concettualmente un'operazione molto complessa. Paradossalmente, non appare un'operazione praticabile, perché la social street muterebbe di forma non rispondendo più alla sua stessa definizione. Si vuole sottolineare, infatti, come dall'osservazione netnografica emerga che sia lo spazio virtuale ad alimentare in particolare modo la social street negli altri suoi spazi, digitali, reali e virtuosi. Inoltre, appare come il digitale spesso svolga quella funzione fiduciaria che avviene nelle relazioni di persona, per cui ad ogni domanda corrisponde una risposta, ad un qualsiasi bisogno un aiuto o una soluzione, che poi, è finalizzata alla condivisione. Una tale risposta fiduciaria nel virtuale permette il formarsi di una comunità che prima ancora che nel reale prende le forme di una piccola comunità di intenti. È interessante sottolineare come spesso, in parallelo alla dimensione virtuale, nascano degli intenti comunicativi e informativi offline, proprio per permettere alle persone che non sono in grado di accedere e fruire della dimensione virtuale di essere parte ugualmente di quella comunità virtuale, a tal scopo infatti alcune social street hanno ideato delle bacheche in bar o luoghi significativi per alimentare la partecipazione dei cittadini della via.

<sup>1</sup> Elisa Dossena, Giusy Labita, Angelica Maineri, Niccoló Morelli, Claudia Tagliabue e Anita Verlatò.

**PARTE TERZA**  
Milano, “Città partecipata”

## Capitolo 6

### **Abitare è partecipare: dalle Reti civiche alle Social street**

di Fabio Introini

Le social street sono un fenomeno interessante e affascinante soprattutto per il forte senso di contemporaneità che emanano. Nascono come esperienza eminentemente metropolitana in un momento in cui le metropoli hanno acquisito una indiscutibile centralità, tanto per il loro ruolo avanguardistico, che le vede protagoniste dei processi di innovazione, quanto per le problematiche che il vivere metropolitano comporta. Si autodefiniscono utilizzando termini chiave come quello di *condivisione* e *collaborazione* divenuti centrali anche nel dibattito delle scienze sociali e strizzano l'occhio a movimenti e fermenti di cambiamento che a macchia di leopardo si stanno diffondendo nell'occidente tardo-capitalista. Vivono grazie ai social network (Facebook), ma puntano a rivivificare le relazioni di vicinato. Forse è proprio per questo che, nonostante la loro recentissima nascita, sulle social street si proiettano già da tempo le attenzioni e i desideri di molti: da quelli dei cittadini, che vi si accostano nella speranza di migliorare concretamente la loro qualità di vita a quelli delle istituzioni locali che ne intuiscono la promettente portata politica, scorgendovi essenzialmente i germi di nuovi fermenti partecipativi. Proprio il rapporto con la partecipazione sembra essere al centro di una controversia che divide

gli ispiratori del movimento – il “gruppo” di Social Street International – e gli attori istituzionali. Scopo di questo contributo è allora quello di fornire una prospettiva analitica che provi a cogliere il senso di questo fenomeno evitando di comprimerne la poliedricità e la fluidità che lo caratterizza in quanto processo destinato, con ogni probabilità, alla permanente trasformazione. La cornice in cui ci pare promettente inquadrare il fenomeno delle social street è quella che lo pone in connessione con la questione dell’abitare o, meglio, del suo ripristino entro lo spazio metropolitano. È in riferimento a questo che, a nostro parere, le social street dischiudono il senso più autentico della loro vocazione alla partecipazione. Poiché, d’altro canto, questo “progetto” si attua mediante l’uso di internet, un ulteriore contributo alla comprensione del fenomeno social street non potrà che provenire dall’analisi di una storia che le precede di diversi anni e ne costituisce in qualche modo lo sfondo, ovvero quella dell’uso partecipativo della rete che, per quanto riguarda almeno il nostro Paese, ha avuto proprio in Milano – ovvero la città in cui esse sono più diffuse – uno dei suoi fondamentali teatri.

### **Dal risiedere all’abitare**

Niente come la città contemporanea, probabilmente, si offre allo sguardo sociologico attuale come condensato delle più significative trasformazioni che hanno interessato le società occidentali tardo-moderne e che si riassumono spesso nel concetto di complessità, sempre più utilizzato per definire i fenomeni generatisi proprio in virtù dei processi di globalizzazione. Complessità, globalizzazione e città si trovano infatti a condividere una comune relazione con il paradosso, inteso come “gioco” e intersezione di dinamiche simultanee e opposte. Il paradosso più evidente

della “vita metropolitana” ha a che fare con il modo in cui nelle città contemporanee spazio sociale e spazio fisico si disarticolano per poi riarticolarsi secondo logiche che decostruiscono gli isomorfismi in base ai quali giudicavamo “ovvia” l’equivalenza tra prossimità territoriale e produzione del legame sociale<sup>1</sup>. Questo fenomeno non implica di per sé l’individualizzazione e l’isolamento tout-court, quanto piuttosto la minore pregnanza del vicinato nel fornire il *frame* che dà senso e ordine alle interazioni. Detto con una metafora, le città – e le sotto unità abitative di cui sono composte, come i quartieri e le vie – assomigliano sempre di più ai vagoni dei mezzi di trasporto in cui le persone che viaggiano insieme si ignorano per seguire, sui loro *device*, i flussi comunicativi che li connettono a mondi remoti. Così i cittadini perdono interesse a ciò che costituisce il proprio intorno residenziale, sia in riferimento al luogo, sia alle potenziali relazioni sociali che vi si potrebbero instaurare. Anzi, sono proprio questi stessi processi a far sì che il rapporto con la propria via, il proprio quartiere sia colto in termini, appunto, di mera residenza: concetto che emerge come una sorta di residuo quando tutto ciò che del luogo è significativo evapora. L’emergere stesso di una dimensione “residenziale” è quindi già di per sé indicatore del senso di profondo impoverimento che si è venuto a creare nel nostro modo di vivere il vicinato e lo si capisce nel momento in cui ci accorgiamo che solo per errore può essere scambiato per sinonimo del ben più denso concetto di “abitare”. L’antropologo Franco La Cecla ci guida lungo il percorso che porta dall’abitare al risiedere. Secondo la sua ricostruzione, il concetto di residenza, che sta ad indicare la mera occupazione fisica di uno spazio altrettanto fisico, si è imposto in conseguenza del modo in cui la “mentalità urbanistica [La Cecla 2015], intrinsecamente biopolitica, ha modellato, nel corso del tempo, il senso del nostro “essere nel mondo”, trasformandolo in qualcosa di puramente

“posizionale” quindi neutro ed asettico. Non è forse un caso che il termine *residence* viene utilizzato per indicare strutture in cui si vive quando non si ha un rapporto “organico” con il territorio in cui sono collocate. Cioè quando, per riprendere un vecchio ma fortunato concetto introdotto da Marc Augè, il luogo diventa non-luogo proprio perché attraversato e non abitato [Augè 1993]. L’abitare, infatti, rimanda a un rapporto più stretto tra il soggetto umano e il suo ambiente, con il quale si stabilisce una relazione doppiamente costitutiva. Un rapporto che è anzitutto manipolazione e trasformazione [La Cecla 2011] e in cui tutta la complessità antropologica del soggetto è coinvolta. Nell’abitare, dunque, sono chiaramente tracciabili i nessi di co-produzione che uniscono il rapporto con la natura e la materialità dello spazio fisico, da un lato, con le forme delle relazioni sociali che si instaurano tra le persone, con il tipo di economia che regge una collettività. In altri termini l’abitare è la consapevolezza di questi stessi nessi, cioè della multidimensionalità implicata nel nostro rapporto con i luoghi, che traduce e rivela un’intera antropologia. Per questo non è possibile trasformare il nostro rapporto con la natura, ad esempio in chiave sostenibile, se non si agisce, contemporaneamente, sulla forma delle relazioni sociali ed economiche nelle quali viviamo, come è ben esemplificato dalle idee che stanno alla base del movimento delle *Transition Towns* [Hopkins 2013] o della *Decrescita Serena* [Latouche 2008]. Così, allo stesso tempo, impegnarsi per trasformare la trama delle nostre relazioni prima o poi dischiude la necessità di intervenire anche ad altri livelli, che riguardano ad esempio la sfera dei consumi, come mostra chiaramente l’emergente cultura dello *sharing* [Pasqualini 2017c].

In quanto impegnate a invertire la rotta finora compiuta dal vivere metropolitano disegnando una via che porti dal risiedere all’abitare, le *social street* rappresentano, a nostro modo di vedere, una forma di partecipazione.

Il loro insistere sulla socialità, prima e più immediata forma di ingaggio che ogni via cerca di mettere in campo per dare vita alla stessa social street, non è da intendersi infatti come mera opposizione alla solitudine prodotta dall'individualizzazione, ma costituisce una sfida più profonda all'individualismo visto, più profondamente, come una delle conseguenze che si producono quando si rinuncia ad abitare la "prossimità". La ricerca di socialità promossa dalle social street, che allo stato nascente può sembrare animata dal mero desiderio di una socialità fine a sé stessa, punta al di là di questa, poiché cerca di suscitarla per farne il volano di relazioni profonde e stabilizzate, per creare cioè capitale sociale a livello locale; per ricostruire, in altri termini, il vicinato come forma di vita attiva e nei cui alvei scorre la linfa della fiducia tra persone. Così le iniziative, le azioni, le adunate collettive (feste di via, eventi auto-organizzati) promosse da ogni social street sono solo la componente visibile di una ben più importante trama di relazioni che rimane nella latenza, ma di cui proprio questa latenza ne indica in realtà la forza. Ma c'è dell'altro. Una volta ri-attivato nella sua qualità di forma di vita, il vicinato innesca automaticamente il richiamo di altre pratiche che esprimono chiaramente una riappropriazione abitativa dello spazio urbano attraverso il quale si producono squarci nella città consumista pensata e "imposta", secondo La Cecla, dall'Urbanistica. La nascita di una social street si traduce quasi immediatamente nel sollevamento di un problema di abitabilità dello spazio urbano laddove ad esempio ci si accorge, subito dopo la sua fondazione, della necessità di un luogo di ritrovo che funga da "base logistica" o da semplice spazio per l'elaborazione collettiva di idee. Poi, man mano che la social street va a regime, l'urgenza abitativa si rende visibile anche in quelle pratiche di riappropriazione dello spazio fisico ad un tempo simboliche e pragmatiche, come le visite guidate per le vie dei quartieri allo scopo di rievocarne la memoria scolpita nella pietra degli

edifici, o il vigilare sulle forme di degrado dell'arredo urbano. O, ancora, l'apertura di un orto urbano condiviso, doppiamente rivoluzionario perché porta nello spazio cittadino paesaggi e pratiche che la città dell'Urbanistica ha col tempo espulso da sé e che rendono quindi forte testimonianza a quella volontà di tornare ad abitare, dopo lunghi periodi di mera "residenza".

### **Tra vecchie e nuove forme di web partecipativo**

L'atto di nascita ufficiale di una social street è rappresentato dall'apertura di un gruppo Facebook che porta il nome della via (o in alcuni casi dell'unione di più vie) in cui risiedono i suoi fondatori. In quanto "figlie" dei social network, le social street possono essere collocate sulla stessa traiettoria di tutti quei movimenti di pensiero e di azione che videro nella nascita della rete e della sua capacità di formare comunità on-line non già l'incipit di una "fuga dalla realtà" bensì, *au contraire* la soluzione alla frammentazione sociale tardo-moderna e alle sue ricadute politiche. Internet, si diceva, avrebbe ricompattato i collettivi sia a livello pre-politico sia propriamente politico, ricucendo lo strappo creatosi tra cittadini e istituzioni, portando nuova linfa alla partecipazione. Questa convinzione animava in particolare quei collettivi che presero da subito il nome di community network [Schuler 1996] e che, rispetto alle forme fluide e disembedded della socialità on line allora dominanti, si contraddistinsero fin da subito per la ricerca di un peculiare rapporto di osmosi tra rete e territorio/città, che ne accentuava esplicitamente la vocazione profondamente civica. E proprio con il nome di reti civiche queste comunità presero vita in Italia, con le pionieristiche esperienze di Bologna – con la rete Iperbole – e di Milano – con RCM (Rete Civica di Milano) – che, guarda caso, sono anche le due città in cui le social street rispettivamente sono nate

(Bologna) e in cui, al momento, hanno raggiunto la loro più elevata diffusione (Milano). L'esperienza milanese, sulla quale ci concentreremo per un breve approfondimento, nacque nel 1994 per iniziativa di un gruppo di ricercatori del Dipartimento di Informatica dell'Università Statale, radunati nel gruppo del Laboratorio di Informatica Civica<sup>2</sup>. Comprendere il senso di quella che è stata in assoluto la prima rete civica italiana significa risalire a una internet ben diversa da quella attuale, sia dal punto di vista tecnologico, sia dal punto di vista "proprietario". Le ragioni del successo di RCM, del grande impatto che ebbe sui cittadini milanesi e del coinvolgimento sociale e partecipativo che seppe attivare sono da ricercare, secondo Oliverio Gentile<sup>3</sup>, nel peculiare mix che seppe produrre su due assi: quello che connette socialità "free" e partecipazione vera e propria, quello che lega virtuale/reale.

### **Socialità ludica e partecipazione**

Rispetto al primo asse, RCM prevedeva, nello spazio telematico del suo sito, tre differenti aree di interazione. Anzitutto un vasto insieme di forum di discussione sulla città, che si implementava progressivamente a seconda degli interessi dei cittadini stessi, in una logica totalmente bottom-up. Erano poi gli stessi cittadini a divenire, una volta che il gruppo di discussione in cui erano coinvolti raggiungeva una certa massa critica di partecipanti, moderatori di quello stesso gruppo. Accanto a quest'area di discussione tematica si trovava poi una sezione dedicata all'interazione free, in cui i partecipanti ai forum potevano discutere "off topic", dando libero spazio al semplice desiderio di creare socialità per la socialità. Infine vi era un'area, detta delle "linee dirette", mediante la quale i cittadini potevano interloquire direttamente con le istituzioni cittadine e in particolare con il Comune e le sue varie sezioni. Fu proprio il diretto coinvolgimento delle istituzioni a

costituire, secondo il nostro testimone, il catalizzatore del successo di RCM. Avere il Comune “a disposizione” andava infatti a rinforzare il senso di simmetria e di feedback comunicativo tra cittadini e istituzioni locali, abbattendo il senso di distanza e di autoreferenzialità che solitamente caratterizza i sistemi politici. Proprio per questo la società civile che si autoconvocava sulla pagina web di RCM aveva la sensazione che le proprie discussioni e le istanze sollevate potessero trovare accoglienza presso i rappresentanti delle istituzioni, andando ad incidere sui processi decisionali. La consapevolezza di questo impatto, che rendeva altamente credibile l’esperienza di partecipazione, era proprio ciò che andava ad alimentare e rinforzare positivamente la disponibilità a discutere e lasciarsi coinvolgere, portando sempre più cittadini sul sito di RCM. Rete Civica, secondo la filosofia propria del LIC<sup>4</sup>, era quindi uno spazio a due ingressi: da un lato quello della socialità fine a se stessa, dall’altro quello dei processi partecipativi a più alto “costo” – in termini di impegno e attenzione – per l’utente. Fatti convergere in una sola piattaforma e complice il riferimento di entrambi a una dimensione territoriale specifica e ristretta come quella della città, i due processi riuscirono a rinforzarsi a vicenda, divenendo motori l’uno dell’altro. Fu così che prese vita un soggetto collettivo che, come ricorda Oliverio Gentile, nell’epoca aurorale di quello che fu il web 1.0 già aveva i tratti di quello che sarebbe stato il web 2.0.

Proprio questa osservazione permette di cogliere a un tempo le ragioni del grande successo di Rete Civica e quelle del suo fisiologico tramonto, agli inizi del nuovo secolo. L’esperienza di RCM, come anticipato, deve essere letta in stretta connessione con una specifica fase nello sviluppo di Internet. Gli internet provider “locali” hanno progressivamente lasciato spazio ai colossi della rete, cosicché il cittadino non trovava più necessario fare riferimento a soggetti come RCM per avere accesso e mailbox, servizi che la

piattaforma iniziò a fornire fin da subito in accordo al suo progetto, implicitamente “politico”, di portare la rete a tutti i cittadini (“La rete siete voi” era infatti lo slogan programmatico di RCM). Poi, in seconda battuta, sono arrivati i social network e il quadro è profondamente cambiato. In questo nuovo contesto si è venuta a produrre, nei luoghi della rete, una scissione tra le due dimensioni, socio-ludica e partecipativa in senso “alto”, che RCM riusciva a tenere insieme a beneficio di entrambe. Il bisogno di socialità degli utenti del web si è progressivamente orientato verso i social network, mentre le forme di partecipazione più “impegnative” hanno dovuto trovare cittadinanza presso altre piattaforme. È così che RCM si è per così dire reincarnata, almeno parzialmente, nel portale PartecipaMi, che ne prosegue la missione entro un paesaggio fortemente segnato dalla presenza dei social. Rispetto a RCM PartecipaMi è significativamente diverso. Anzitutto perché le sue attività e i suoi obiettivi prescindono dalla creazione di una “free community”: PartecipaMi è una piattaforma specificamente disegnata per la partecipazione impegnata che ha nella “discussione informata” la sua buona pratica per eccellenza. In secondo luogo PartecipaMi non può più contare, come RCM, sulla presenza fissa delle istituzioni sul suo sito, ma riesce tuttavia a mantenere un gancio con la sfera delle istituzioni locali mediante la presenza volontaria di amministratori “illuminati” che col tempo – e forse proprio grazie a quello che gli strumenti del Laboratorio di Informatica Civica hanno dato alla città – hanno capito l’importanza di cercare il dialogo coi cittadini in rete. PartecipaMi, che tra i suoi precursori ha un’altra esperienza significativa creata dal LIC, ovvero il portale ComunaliMilano2006, si fonda su un assioma fondamentale dell’interazione in rete, ovvero quello per cui i social network non costituiscono l’ambiente idoneo a innescare autentici processi partecipativi. Nelle parole di Oliverio Gentile:

I social sono un ambiente super affollato, con tanto rumore. Sono come una discoteca. Fare partecipazione sui social è come pensare di fare una riunione tra cittadini in una discoteca. Noi sulla base dell'esperienza con RCM abbiamo sviluppato una piattaforma open source (Open DCN). Tra i vari strumenti che questa prevede – ed è anche quello più utilizzato – abbiamo costruito la “discussione informata”, la info-disc come la chiamiamo noi. I cittadini discutono e allegano ai loro post della documentazione. È importante che le discussioni poggino su basi documentate. Visivamente questa info disc è organizzata in modo tale che tutti i materiali che i cittadini allegano ai loro post (documenti, video, link) siano sempre presenti sulla destra della pagina, in ordine cronologico, anche se il moderatore può sempre riorganizzare, se lo crede, i contenuti secondo un ordine di importanza. Abbiamo creato questi strumenti per meglio finalizzare le discussioni e le interazioni, per meglio impattare sulla città reale. Sui social non c'è la possibilità di organizzare i contenuti, di metterli in evidenza; o meglio queste possibilità sono al minimo. Sulle loro pagine i contenuti scorrono, l'architettura del sito “premia” il proprietario dando il primato ai suoi post e consentendogli di mettere in evidenza ciò che interessa a lui, mentre le risposte dei cittadini rimangono confinate in un angolo della pagina. Noi con PartecipaMi abbiamo creato un ambiente per spostare, unire discussioni, riorganizzare i contenuti per tenere l'ambiente sempre ordinato e fruibile man mano che la discussione procede. I social ti permettono di fare in maniera molto agevole quei piccoli passi che puoi fare mentre guidi, mentre attraversi sulle strisce pedonali, però di fatto non offrono strumenti per fare qualcosa di più ragionato, che richieda una concentrazione di un quarto d'ora per partecipare a una discussione informata, trovare il materiale di appoggio per gli argomenti che si intende sostenere. Con i social è come concentrarsi su una questione mentre si sta ballando.

Se per il nostro interlocutore l'esperienza della partecipazione “impegnata” di RCM si reincarna in PartecipaMi, che proprio dal know how di quella avventura nasce, le social street sono invece le chiare eredi di quella comunicazione e di quella socialità *free* che si instaurava spontaneamente nei forum della rete civica. Del resto, come lui stesso ammette, la scelta di Facebook come propria piattaforma è congruente con gli obiettivi che le social street si sono date. E che sono sostanzialmente diversi da quelli del LIC, soprattutto perché nell'idea di comunità che le social vogliono promuovere, le istituzioni, anche locali, non svolgono affatto un ruolo pivot. Il nostro interlocutore riconosce tuttavia che tra queste due soggettività – social street da un lato e piattaforme partecipative dall'altro – si potrebbero creare sinergie interessanti per la città. In fin dei conti, commenta Oliverio Gentile, PartecipaMi, che è a tutti gli effetti prodotto e

parte di una fondazione – Fondazione RCM – si pone su un territorio neutrale che non è né pubblico né privato e va per questo a collocarsi in uno spazio di terzietà che secondo la filosofia del LIC è la dimensione più appropriata per ospitare processi partecipativi. In questo caso PartecipaMi potrebbe essere l'arena ad un tempo pubblica/privata in cui le social possono trovare uno spazio in cui presentare a una più ampia collettività le loro attività, agevolando la circolazione, anche tra di loro, di buone pratiche.

### **Reale, virtuale, prossimità**

C'è tuttavia un'analogia più profonda tra social street e Rete Civica/Partecipami; per coglierla dobbiamo esplorare il secondo asse cui sopra abbiamo fatto riferimento per spiegare il successo di RCM, vale a dire quello che connette virtuale e reale. Come sappiamo il motto che sintetizza il senso del “social streeting” – coniato dal co-fondatore di *Social Street International* Luigi Nardacchione – è “dal virtuale al reale al virtuoso”. Espressione con la quale si vuole intendere un processo di doppia traduzione che trasporta processi e interazioni in primis necessariamente virtuali nella vita offline per poi mixare le due dimensioni in una sola forma di vita in cui virtuale e reale, lavorando a pieno regime, si fecondano e alimentano reciprocamente raggiungendo gli obiettivi primari delle social street (il “virtuoso”). Virtualità è sempre stato, fin dall'inizio degli studi sulla rete, un concetto controverso perché spesso erroneamente interpretato come opposto a “reale”, quindi come dimensione priva di consistenza e meta di fughe “escapiste” per persone a disagio nella socialità offline. Senza entrare in questo lungo e complicato dibattito, possiamo tuttavia sottolineare che la virtualità delle social street ha qualcosa di molto particolare che le accosta proprio alle esperienze delle prime reti civiche. Intendiamo qui riferirci allo

stretto legame che instaurano con il territorio. Le reti civiche nacquero in una stagione in cui la rete era forse più di oggi collegata con la globalizzazione; la Rete era il medium che metteva ogni persona in contatto con gli utenti di tutto il mondo, anche se – come ricorda Oliverio Gentile – alcuni limiti tecnici legati anche alla tariffazione delle chiamate conferivano alla architettura della rete un carattere anche locale. Eppure, nell’epoca in cui il web disegnava traiettorie globali, almeno per la nostra immaginazione, Rete Civica nacque pensandolo in riferimento a una singola città e inventandosi una piattaforma di interazione fortemente ancorata ai luoghi di Milano. Oggi le social street fanno qualcosa di analogo rispetto a quella “rete nella rete” che è Facebook. E, cosa ancor più singolare, restringono ulteriormente la porzione di territorio sulla quale insistono, limitandola non alla città intera, ma appunto a una via, o al massimo a una “coalizione” di due-tre vie, ma non di più. In questo modo, infatti, è ancor più facile che la circolarità virtuosa di reale e virtuale, per citare nuovamente Luigi Nardacchione, possa divenire ancor più fluida ed efficace perché consente alla “via virtuale” di essere in condizione di quasi quotidiano meetup fisico tra i suoi aderenti, favorendo la traduzione del capitale sociale *bridging* in capitale sociale *bonding*, aumentando in questo modo la coesione tra i vicini.

Certo può stupire che raggiungere un obiettivo a livello di vicinato possa richiedere il previo passaggio dalla sfera virtuale. Eppure, nell’economia complessiva di quella forma di vita che sono le social street che, come abbiamo detto in precedenza, deve essere colta come ri-instaurazione dell’abitare a scapito del mero risiedere, il passaggio al virtuale ha un profondo significato e una precisa valenza. La riscrittura della toponomastica cittadina a livello di gruppi Facebook non ha infatti un mero valore duplicativo sterile e fine a se stesso. Nel gruppo “virtuale”, infatti, non si replica ciò che già esiste fisicamente, ma si produce un evento; accade cioè

qualcosa di nuovo e di innovativo. Il virtuale è, in questo caso, la sede in cui il desiderio di una esperienza più propriamente e pienamente abitativa – nel senso sopra descritto – trova espressione grazie alla parziale elusione dei vincoli posti dallo spazio fisico. Ma proprio il delta tra il desiderio di abitare e ciò che la morfologia urbana del quartiere e il suo tessuto sociale inibiscono diventa l'incipit di un processo di trasformazione che vuole modificare la "realtà". Se l'abitare implica una relazione manipolativa che le scelte dell'urbanistica hanno rimosso, sterilizzato o inibito il virtuale è la dimensione in cui esso può dapprima esprimersi per reclamare, successivamente, anche una trasformazione della fisicità urbana. Il virtuale allora non è una dimensione parallela più facilmente abitabile di quella reale, ma luogo in cui riaffiora dapprima la multidimensionalità dell'abitare che chiede spazio e traduzione nel contesto spesso mono-dimensionale delle strade cittadine. Così anche la scelta di suddividere la città in raggruppamenti decisamente micro che ricalcano la mappa stradale non è da intendersi come ricerca di una esclusività settaria o balcanizzante, ma come espressione della ricerca della giusta scala a partire dalla quale si possono effettivamente produrre processi di reale ed efficace cambiamento.

Un'ultima parola spetterebbe poi al concetto di prossimità, parente stretto del "vicinato" che le social street mirano a ricostruire. È stato giustamente osservato da alcuni studiosi afferenti agli *urban studies* [Amin - Thrift, 2005] che la città non deve essere intesa – in opposizione a quanto si pensa a livello di senso comune – come forma di insediamento che deve la propria specificità e la propria forza – in primis economica – alla *prossimità* territoriale che si viene a creare tra gli attori che al suo interno agiscono. Quella che siamo soliti chiamare città, intendendo – e già qui la cosa è controversa – una "realtà" unitaria in quanto compresa entro determinati confini spaziali, non è mai un tutto omogeneo, un organismo che vive

all'unisono, ma è piuttosto un assemblaggio eterogeneo di spazi e di tempi diversi. Non sarebbe quindi la prossimità a caratterizzarla in maniera specifica, fatte salve alcune esperienze "interstiziali" legate al non-profit e decisamente "marginali" rispetto ai grandi sistemi socio-tecno-economici che la attraversano. Il carattere dislocato e frammentato della metropoli contemporanea sottolineato da Thrift e Amin è stato anche il punto di partenza di questa riflessione. Ma non per questo riteniamo che la prossimità sia un concetto di cui poter fare a meno salvo appunto nella descrizione di ciò che sta ai margini. La prossimità connessa delle social street non è, dal nostro punto di vista, l'ingenuo tentativo di vincolarsi a una dimensione in dissolvenza o solo interstiziale. Esse nascono anzi proprio dalla consapevolezza che la categoria di prossimità, persino quando riguarda il piano delle relazioni tra vicini di casa, non indica mai una direzione "naturale" delle relazioni sociali, una sorta di loro inerzia. Per quanto iscritta nelle strutture fisiche e residenziali delle nostre città, la prossimità anche quando agevolata dalla contiguità fisica apparentemente più stringente non esiste fino a che non si è in grado di individuarne delle potenzialità di significato e di tradurle in atto. Il vicinato, insomma, non è una sfera statica, totalmente ascritta, scontata o assumibile a priori. Perché esista, occorre volerlo. E praticarlo, facendo di questa pratica una critica trasformativa della città stessa.

<sup>1</sup> Per un quadro di come nella città si disarticolano e riarticolano spazio e tempo si veda: [Amin - Thrift 2005].

<sup>2</sup> Nel 2016 il LIC è confluito nel Centro di ricerca MIPS Lab. MIPS è acronimo di Multimedia, Interaction, Perception, Society (cfr. <http://www.retecivica.milano.it>).

<sup>3</sup> Oliverio Gentile è community manager della piattaforma PartecipaMi.it. Sotto la guida di Fiorella de Cindio è stato tra i fondatori della rete civica di Milano ed è membro della Fondazione RCM. Le informazioni relative a RCM e alla sua storia riportate in questo contributo sono frutto di un'intervista con l'autore avvenuta presso la sede di Fondazione RCM il 30.11.2017. L'autore era già a conoscenza del modus operandi e di alcuni progetti sviluppati, nel tempo, dal LIC e da Fondazione RCM in virtù delle sue precedenti ricerche sul tema dell'e-democracy. I risultati di quegli studi sono contenuti in Introini [2007b]. L'autore intende ringraziare Oliverio Gentile per il contributo offerto a questo saggio con la sua intervista.

<sup>4</sup> Per un approfondimento del tema rete-partecipazione e per un ulteriore sguardo alla "filosofia partecipativa" del LIC si rimanda a Introini [2007b].

## **Capitolo 7**

### **Passato/Presente/Futuro nelle/delle social street.**

### **Suggerimenti partecipati**

di Cristina Pasqualini

#### **Perché mi sono iscritto?**

Gli streeters intervistati attraverso il questionario online nel 2015 ci hanno raccontato come sono venuti a conoscenza dell'esistenza della propria social street, ossia a quella che hanno dichiarato non solo di essere iscritti, ma anche di sentire come propria. Il 46% dei rispondenti ne è venuto a conoscenza da Facebook, il 14,8% grazie al passaparola, l'11,8% è stato aggiunto al gruppo da un amico/conoscente, il 10,4% attraverso un volantino, il 4,1% leggendone sui quotidiani. Il 7,1% l'ha fondata. I motivi per cui gli streeters si sono iscritti sono tanti e diversi, solitamente non soltanto uno. Nell'ordine, le motivazioni più ricorrenti sono le seguenti (Tab. 1): venire a conoscenza di eventi, feste (13,6%), socializzare con nuove persone (12,6%), prendermi cura della mia via/quartiere (13,6%), condividere idee, opinioni, pensieri (14,4%), curiosità (11,2%), avere una rete di persone su cui poter contare in caso di bisogno (6,8%), chiedere informazioni (6,6%). Altre motivazioni sembrano meno importanti per gli streeters, almeno nel loro primo approdo alla social, ma non è detto che non lo diventino in seguito: proporre iniziative (3,3%), cercare aiuto/offrire aiuto (2,1%), cercare lavoro

(0,3%), pubblicizzare la propria attività commerciale (1%).

Tab. 1 – Per quale motivo ti sei iscritto alla Social Street?  
(massimo tre risposte) (valori percentuali)

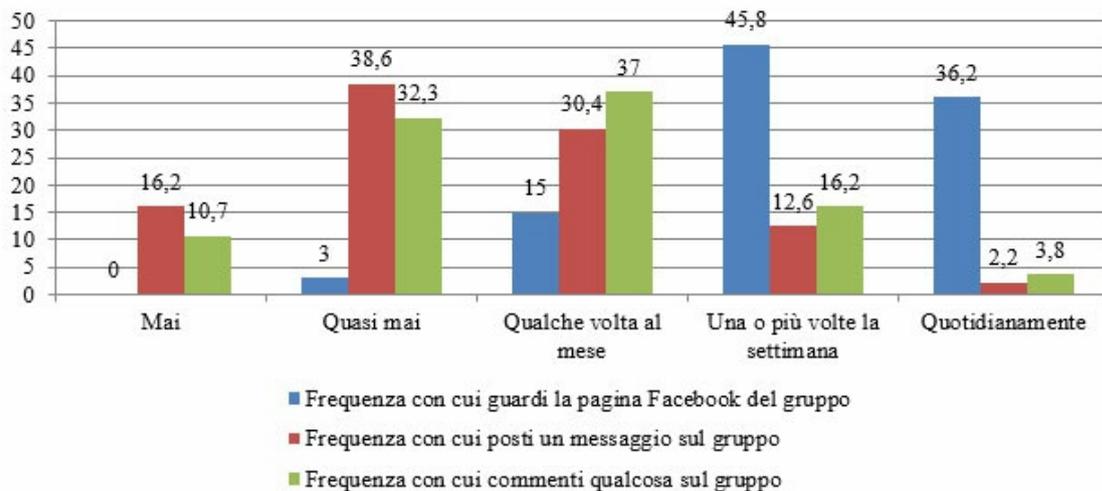
Publicizzare la mia attività commerciale	1,0
Prendermi cura della mia via/quartiere	13,6
Avere una rete di persone su cui poter contare in caso di bisogno	6,8
Condividere idee, opinioni, pensieri	14,4
Mettere a disposizione le mie competenze e fruire di quelle altrui	6,4
Dare vita a servizi utili ai residenti della mia via/quartiere	7,6
Socializzare con nuove persone	12,6
Proporre iniziative	3,3
Chiedere informazioni	6,6
Fare una ricerca universitaria/scolastica	0,3
Cercare lavoro	11,2
Curiosità	2,1
Cercare aiuto/offrire aiuto	13,6
Altro	1,6

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### **Che cosa faccio una volta iscritto?**

Il gruppo Facebook della propria social street viene visto dagli streeters quotidianamente dal 36,2%, una o più volte la settimana dal 45,8%, qualche volta al mese dal 15%, quasi mai dal 3% (Fig. 1). Potremmo dire che, se si è iscritti, la si segue con una certa regolarità, aiutati dal fatto che solitamente ci si connette mediante lo smartphone che avvisa dell'attività in corso nella social mediante le notifiche di Facebook. È possibile quindi tenersi aggiornati in tempo reale, se si vuole.

Fig. 1 – Frequenza rispetto ad alcune pratiche online nella propria social street (valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Una volta che sono connessi al proprio gruppo su Facebook, che cosa fanno gli streeters? Ad esempio con che frequenza postano un messaggio sul gruppo? Il 16,1% mai, il 38,6% quasi mai, il 30,4% qualche volta, il 12,6% una o più volte la settimana. Soltanto il 2,2% degli streeters posta un messaggio quotidianamente. Potremmo dire che l’atteggiamento è più orientato alla ricezione che alla produzione di messaggi (Fig. 1).

La situazione non migliora se guardiamo la frequenza con cui commentano qualcosa sul gruppo: il 10,7% non commenta mai, il 38,6% quasi mai, il 30,4% qualche volta al mese, il 12,6% una o più volte la settimana e il 2,2% quotidianamente. Postare ex novo, così come commentare, non sono pratiche molto gradite dagli streeters, a quanto pare. Meglio leggere, informarsi passivamente. Perché poi a ben vedere nella social street ci si informa e le informazioni che si possono ricavare sono anche interessanti e utili. Le informazioni che gli streeters hanno trovato molto utili sono relative alla salute (42,2%), ai servizi della zona (artigiani e servizi commerciali del quartiere) (32,1%), eventi culturali/ricreativi (39,2%), ma anche

hobbies/tempo libero (cibo, ecc.) (26,6%), locali/ristoranti (18,9%), situazioni di emergenza nel quartiere (17,8%) e sicurezza (13,2%) (Fig. 2).

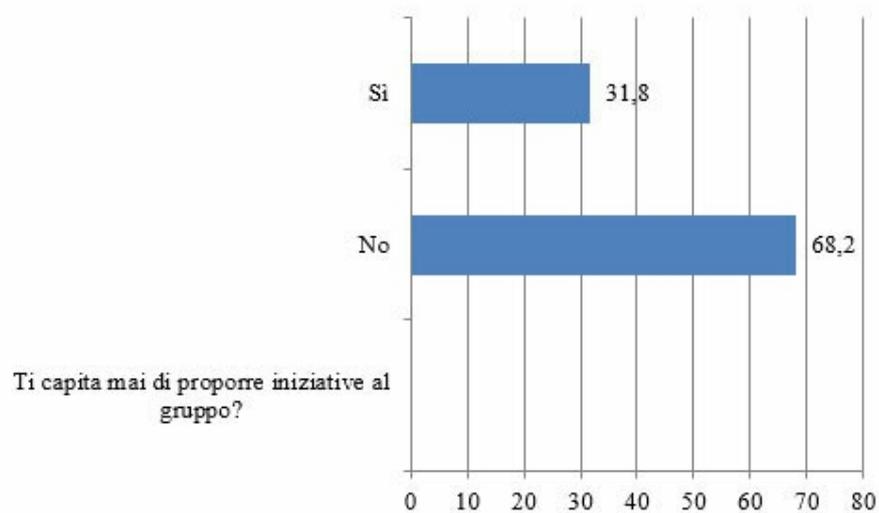
Fig. 2 – Streeters che hanno trovato molto utili le informazioni nella social street, per tipo di informazione ricercata (valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

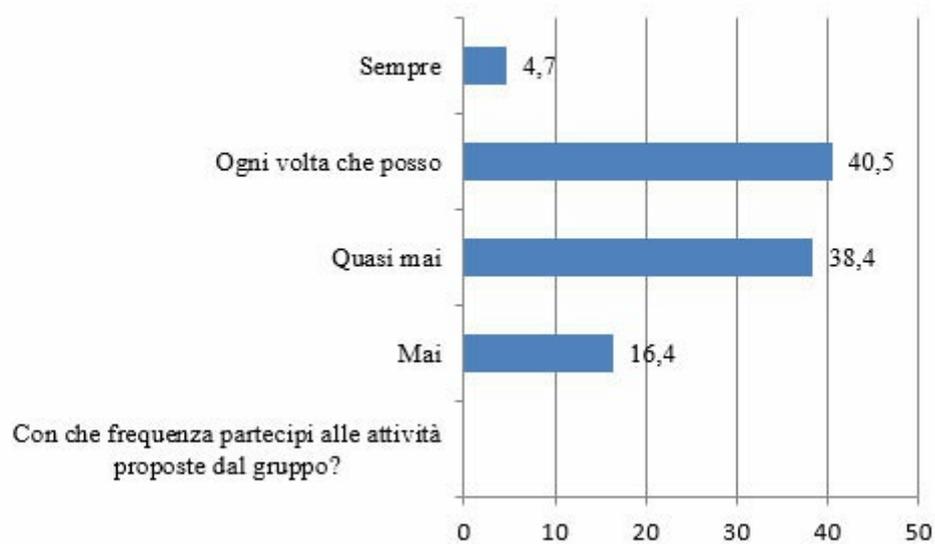
Nel gruppo tutti possono proporre iniziative, sia online che offline, ma soprattutto tutti possono partecipare sia online che offline. Tuttavia lo spirito propositivo e la partecipazione online e offline registrati in questi anni restano piuttosto bassi. Il 68,2% non propone mai iniziative al gruppo versus il 31,8% che ne propone (Fig. 3). Vediamo inoltre che il 40,5% degli streeters partecipa alle attività proposte dal gruppo “ogni volta che può”, il 4,7% sempre, il 38,4% quasi mai e il 16,4% mai (Fig. 4). Le motivazioni della bassa partecipazione alle attività del gruppo sono legate alla mancanza di tempo (33,3%), l’inconciliabilità degli orari (11,1%), ma anche il disinteresse per le attività proposte (5,6%) e la mancanza di conoscenza della loro esistenza (9,3%).

Fig. 3 - Propositività degli streeters (valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Fig. 4 - Partecipazione degli streeters (valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Quello che vorrei...

In definitiva, per gli streeters qual è il vero compito di una social street? Sono tanti e diversi, non tutti importanti alla stessa maniera. Come primi compiti sono stati indicati: “Dare la possibilità a ogni abitante di conoscere più persone e socializzare” (29,2%) e “Mettere a disposizione una rete di persone su cui poter contare in caso di piccole e grandi necessità” (25,6%). A seguire: “Creare una serie di eventi ricreativi e culturali per vivacizzare il tempo libero senza essere costretti ad allontanarsi da casa” (17,2%), “Combattere il degrado urbano” (13,8%), “Diventare collaboratrice del Comune per una buona amministrazione della cosa pubblica” (8,9%), “Migliorare i livelli di sicurezza percepita” (5,3%).

Su una scala da 1 a 5 – dove 1 indica il minimo accordo e 5 il massimo accordo – gli streeters hanno mostrato il seguente accordo rispetto a una serie di affermazioni relative al futuro delle social street. La cosa che vorrebbero maggiormente per la propria social street è che rafforzasse ancora di più la coesione e la fiducia tra i suoi abitanti. Di contro, sono meno d'accordo sul fatto che la social debba evolvere in un soggetto più strutturato (Tab. 2).

Tab. 2 – Aspettative per il futuro della propria social street –  
Scala di accordo (1 = minimo accordo; 5 = massimo accordo)

Vorrei che la mia social street...	Grado di accordo
Si evolvesse in un soggetto più strutturato	2,5
Aumentasse l'organizzazione di eventi/attività all'interno del quartiere	3,7
Aumentasse la sua capacità di incidere “politicamente”	3,3
Riuscisse ad ottenere convenzioni vantaggiose con i negozianti	3,5
Rafforzasse ancora di più coesione e fiducia tra i suoi abitanti	4,0
Desse un contributo più fattivo per migliorare la sicurezza nella via/quartiere	3,7
Si espandesse fondendosi con altre social street vicine	2,7
Mi desse sempre più occasioni per conoscere e stare con le altre persone	3,5
Mi aiutasse a condividere le mie passioni di sempre	3,2
Mi aiutasse a sviluppare passioni nuove insieme ad altri	3,3
Rimanesse così come è ora	2,3

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

## Che ne sarà?

Sebbene generalmente partecipino poco e siano poco propositivi, alle social street tengono molto i propri membri. Lo si capisce ancora meglio quando si chiede loro che cosa temono maggiormente per il futuro della propria social street. Tre sono le principali preoccupazioni, peraltro legittime: che non riesca veramente a “decollare” e a incidere concretamente sul suo territorio (25,6%), che passato l’effetto “novità” diminuisca la partecipazione delle persone (17,2%), che con il tempo la propria social possa finire per politicizzarsi (16,6%) (Tab. 3).

Tab. 3 – Timori per il futuro della propria social street (valori percentuali)

<b>Temo che:</b>	
Col tempo finirà per politicizzarsi	16,6
Non riesca veramente a “decollare” e a incidere concretamente sul suo territorio	25,6
Col tempo passerà l’effetto “novità” e diminuirà la partecipazione della gente	17,2
Si possa fondere con altre SS in aggregati più ampi (ad es. interi quartieri)	4,7
Essendo tutto nelle mani di pochi amministratori, questi prima o poi potrebbero non avere più tempo e possibilità di dedicarvisi	11,0
Incontri limitati alla sua espansione, rimanendo un gruppo chiuso e per pochi	12,3
Per sopravvivere dovrà trasformarsi in una associazione (o simili) perdendo il suo carattere orizzontale e spontaneo	12,7

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Rispetto al futuro, il proprio coinvolgimento nella social street come sarà? Gli streeters milanesi hanno dato risposte nella stragrande maggioranza positive: per quasi il 60% aumenterà, per il 34,6% rimarrà uguale ad ora. Meno del 10% ha risposto che diminuirà: per il 2,2% perché ritiene difficile mantenere viva la partecipazione dei cittadini; per il 3,5% per ragioni personali come la mancanza di tempo o interesse (Fig. 5).

Fig. 5 – Rispetto al futuro, credi che il tuo coinvolgimento nella social street... (valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### Suggerimenti partecipati degli streeters

Dopo aver sondato aspettative, timori, proprio coinvolgimento futuro nella social street a cui si appartiene, abbiamo chiesto agli streeters milanesi di indicarci che cosa, secondo loro, si potrebbe fare per promuovere coinvolgimento e partecipazione. Li potremmo chiamare suggerimenti partecipati degli streeters. Sono emerse tante idee, che vale la pena ascoltare e prendere seriamente in considerazione dal momento che vengono da persone che vivono già in una social street e hanno avuto pertanto la possibilità di mettere a fuoco da questa esperienza punti di forza e punti di debolezza. Di seguito, abbiamo provato a fare un lavoro di sintesi, riportando le macro questioni emerse, senza scendere nelle minuzie dei dettagli, peraltro importanti, ma impossibile da presentare nell'economia di questo lavoro:

1) Coinvolgere maggiormente gli anziani e i giovani, che al momento sono le due fasce meno rappresentate nelle social street.

2) Ridurre il gap generazionale rispetto all'uso dei social network e in generale delle nuove tecnologie, anche attraverso corsi di alfabetizzazione digitale, realizzati dagli stessi vicini di casa, gratuitamente, mettendo a disposizione vecchi pc inutilizzati ma ancora funzionanti.

3) Pubblicizzare maggiormente la social attraverso azioni offline: volantini nei negozi, volantini in casella, mediante anche il coinvolgimento dei portinai e degli amministratori di condominio.

4) Abitare i luoghi della strada/del quartiere e non restare solo su Facebook.

5) Trovare dei luoghi fisici nel quartiere in cui incontrarsi e conoscersi, ossia elegerli a punti di ritrovo.

6) Dare regolarità agli incontri offline – tipo darsi appuntamento uno stesso giorno, alla stessa ora, nello stesso luogo, una volta alla settimana/ogni quindici giorni – conferirebbe ritualità alla frequentazione di vicinato.

7) Organizzare feste di strada in strada, chiudendola al traffico per alcune ore se ci sono le condizioni per poterlo fare.

8) Riaprire e tornare a vivere i cortili, pratica che potrebbe avvicinare i più giovani, le famiglie con bambini piccoli, oltre che gli anziani, ossia tutti coloro che passano molte ore al giorno in casa e magari avrebbero piacere di un po' di compagnia. Una esigenza sentita meno da chi è tutto il giorno fuori per lavoro.

9) Coinvolgere negozianti e commercianti del quartiere nella social: questi potrebbero diventare una sorta di “info point” sul territorio, utili a tutti, ma soprattutto agli anziani. Potrebbero dotarsi di un bollino, ben

esposto in vetrina, che li renda riconoscibili, una sorta di “amici delle social street”. Una loro disponibilità di questo tipo potrebbe favorire la riattivazione del commercio di vicinato, con eventuali convenzioni tra commercianti e streeters.

10) Raccogliere i bisogni specifici degli streeters e organizzare quello che maggiormente si desidera, tipo incontri a tema. I temi della salute sono molto apprezzati: come mangiare meglio, che stili di vita adottare per vivere bene, ecc.

11) Coinvolgere la Parrocchia e l’oratorio, come attori importanti del territorio, attraverso i quali si possono raggiungere le fasce più giovani dei residenti nel quartiere, oltre che gli stranieri. Gli oratori sono luoghi di incontro non soltanto per cattolici-credenti-praticanti, ma anche per chi non crede, per le altre religioni. Molte donne straniere, anche di altre religioni, frequentano questi luoghi con i loro figli, soprattutto nel periodo estivo, quando le scuole sono chiuse.

12) Fare rete con le associazioni di quartiere, con le quali si può collaborare per iniziative specifiche.

13) Stringere rapporti con Municipi per tenersi informati su quanto accade nel proprio quartiere e avanzare richieste specifiche per la social street.

14) Presentare un progetto per il Bilancio partecipativo del Comune.

15) Essere realmente di aiuto ai vicini con azioni concrete, rivolte alle mamme che lavorano, agli anziani soli, ai portatori di handicap, ecc. Una idea potrebbe essere la baby sitter/badante condominiale, ruolo svolto magari a turno, gratuitamente, da un vicino.

16) Oltre al fai da te, porsi nel ruolo di mediatori dei bisogni dei residenti rispetto alle istituzioni locali, segnalando problemi, anche persone in difficoltà, che necessitano di assistenza specializzata.

## **Effetti di crescita/decrecita**

Rispetto all'evoluzione del fenomeno, abbiamo individuato sia fattori di crescita che di decrecita. Tra i possibili fattori iniziali di crescita del fenomeno possiamo individuarne almeno tre:

- Effetto novità.
- Effetto mediatico.
- Effetto "facilità".

Oltre ai fattori di crescita abbiamo individuato anche possibili fattori di decrecita:

- Effetto fondatore/amministratore.
- Effetto territorio.
- Effetto partecipazione.

Abbiamo infine isolato un nuovo effetto di crescita:

- Effetto buona pratica.

In definitiva, potremmo dire che avviare una social street è stato piuttosto semplice per molti, ossia ha significato aprire un gruppo chiuso su Facebook e chiamarlo con il nome della strada in cui si abita. Vuoi l'effetto novità, vuoi l'effetto facilità, vuoi l'effetto mediatico, nei primi anni – in particolare nel 2013-2014 – ne sono nate tante in tutta Italia. Il difficile è arrivato subito dopo. Tra le cause di decrecita possiamo menzionare: la stanchezza dell'amministratore che impiega ore e ore al giorno a moderare il gruppo e organizzare eventi; la passività degli streeters, che aspettano, non propongono e non si attivano; le caratteristiche dei territori, alcuni particolarmente poco vocati alla socialità, sia in centro che in periferia. Guardando al futuro, possiamo ipotizzare che il fenomeno verosimilmente continuerà a crescere, ma con una intensità inferiore rispetto ai primi anni. Le social street ben avviate consolideranno il capitale sociale tra gli streeters

e daranno progressivamente i loro frutti. Si avrà pertanto un nuovo effetto di crescita, definito come effetto buona pratica. Nel senso che coloro che entreranno in contatto con queste social street sentiranno il desiderio di farne parte o aprirne delle altre nei rispettivi luoghi di residenza.

Approfondimento n. 4  
**Effervescenze collettive urbane e istituzioni**  
di Cristina Pasqualini

**Effervescenze collettive urbane**

Già il sociologo Francesco Alberoni, in un tempo e in un contesto politico-economico-sociale-culturale diversi, nel suo libro *Movimenti e istituzione* [1977] distingueva tra fenomeni collettivi di aggregato e fenomeni collettivi di gruppo. A differenza dei primi, in questi ultimi esisterebbe tra le persone che ne prendono parte sia interazione che solidarietà. Ne sono stati un esempio i movimenti come gli hippies, ma anche il femminismo. Sempre Alberoni parlava di *stato nascente*, ovvero nella storia si verrebbero a creare, talvolta imprevedibilmente, delle discontinuità rispetto alla vita ordinaria, alla routine, in cui gruppi di persone, mossi da ideali e valori di diversa natura, vivono esperienze simili, si connettono tra loro, diventando movimenti collettivi, che solitamente propongono un nuovo modo di vivere nella società, un modo alternativo/sostitutivo a quello ordinario. Con il passare del tempo – superato lo *stato nascente* – i movimenti tendono a trasformarsi: si possono spegnere perché non riescono a raggiungere il risultato atteso, oppure si possono istituzionalizzare nel momento in cui raggiungono il loro obiettivo, il cambiamento appunto.

I movimenti lavorano per il cambiamento, nella maggioranza dei casi in

forma pacifica e costruttiva. Molti dei guadagni nel nostro tempo in termini di diritti sono stati spesso proprio l'esito di movimenti che sono scesi in piazza a manifestare, a rivendicare, a proporre. In tempi recenti, dopo anni di latenza, anche in Italia si registrano forme di protagonismo dal basso, movimenti collettivi mossi da ideali diversi, come la sostenibilità, ad esempio. Assistiamo a effervescenze urbane collettive nuove, diverse da quelle degli anni Settanta, locali e al tempo globali, capaci di guardare e spingersi lontano grazie alla Rete, di connettersi con altri nodi, diversi e simili, all'interno del social network.

Anche le social street sono fenomeni collettivi di gruppo? Me lo chiedo mentre scrivo. Potremmo dire che le social street sono gruppi informali che hanno una idea precisa di comunità e della socialità di prossimità. Il modello societario a cui tendono è fatto di relazioni calde, in cui ci si conosce tra vicini di casa, ci si aiuta, si scambiano beni e risorse, senza aspettarsi necessariamente qualcosa in cambio. Da poche esperienze isolate hanno cominciato a riprodursi, ad essere replicate in altri luoghi, a connettersi tra loro. Che si sia allora formato un movimento collettivo? Il cambiamento che si propongono di raggiungere è complesso e complicato, è una vera e propria sfida. In tanti, in tante parti diverse d'Italia e del mondo, hanno iniziato a pensare che un altro modo di abitare la propria città e la propria via era possibile e fattibile con una social street, anche perché altri lo stavano già facendo. E hanno iniziato a loro volta a praticarlo nel loro quotidiano. Una sorta di rivoluzione silenziosa, una rivoluzione antropologica del vivere le relazioni di vicinato, tanto spiazzante e sorprendente perché lontana dalle logiche imperanti e strumentali del mercato.

Questa effervescenza cittadina urbana avrà tante più probabilità di generare il cambiamento per cui gli abitanti si impegnano – rigenerare il

tessuto sociale, dare vita al “buon vicinato” – quanto più questi ultimi resteranno fedeli alla loro mission e alla loro natura, distanti da interessi politici ed economici, che significa preservarsi gruppi informali. Perché, se ci pensiamo bene, il vicinato è per definizione un gruppo informale, lo era in passato e lo è ancora oggi. Ciò non toglie che non si possa dialogare con le istituzioni. Le social street di Milano, a un certo punto del loro cammino, hanno incontrato la Pubblica Amministrazione locale. Un incontro che merita di essere raccontato.

### **Le social street a colloquio dal Comune di Milano**

Nel 2015 alcune social street di Milano si sono chieste se non si potesse dialogare con il Comune, non tanto per avere risorse economiche ma per avere delle facilitazioni rispetto alla possibilità ad esempio di realizzare delle feste in strada o comunque in luoghi pubblici. Milano, a differenza di altre città italiane, si presentava nel 2015 piuttosto impreparata ad affrontare domande come queste, provenienti da gruppi informali, ossia cittadini uniti non tanto dal fatto di appartenere alla stessa associazione/organizzazione, bensì dal fatto di abitare nella stessa strada. Sono le social street che chiedono un incontro con il Comune di Milano e in particolare all'Assessore Pierfrancesco Majorino, che decide di avviare dei tavoli partecipati che dureranno oltre un anno. È interessante ricostruirne i passaggi salienti. I primi passi del confronto hanno visto la seguente dinamica:

a. Da un lato il Comune provare a ricondurre le social street nelle forme tradizionali dell'associazionismo invitandole a costituirsi in associazioni o quanto meno ad iscriversi all'Albo dei volontari del Comune – questo avrebbe garantito agli streeters di essere riconosciuti dal Comune come cittadini attivi e essere coperti da una qualche forma

di assicurazione durante lo svolgimento delle loro iniziative in strada.

b. Dall'altro, le social street puntano i piedi e rivendicano il loro diritto di essere ascoltate e prese seriamente in considerazione come gruppi informali. Ai tavoli partecipati hanno preso parte con continuità e motivazione molte delle storiche social di Milano, ossia alcuni fondatori/amministratori che in questi anni si sono sempre battuti per mantenere libera questa energia, per non imbrigliare questa effervescenza, riconoscendone le potenzialità e la potenza generativa.

Nel caso specifico milanese, il risultato di questo lungo confronto tra le parti ha portato i seguenti risultati:

a. Nel mese di marzo 2017, il Comune di Milano si è dotato di un nuovo strumento, un *Albo dei gruppi informali*, rivolto non soltanto alle social street ma alla cittadinanza attiva più in generale, sempre di stampo informale.

b. Le social street di Milano hanno visto riconosciuta la loro imprescindibile natura di gruppi informali e al contempo la possibilità concreta di dialogare con la Pubblica Amministrazione, al pari dei soggetti formalizzati.

Pubblica Amministrazione e social street sono due soggetti diversi, con ruoli diversi, che parlano linguaggi differenti: le prime il "burocratese", le seconde il linguaggio informale della vita quotidiana; le prime sono artefici e vittime al tempo stesso di quella che il sociologo Max Weber chiamava "gabbia d'acciaio", ossia delle lungaggini amministrativo-burocratiche, mentre le seconde rifuggono ogni forma di attesa prolungata, di anticamera, in quanto sono vocate all'immediatezza. Le social street, grazie proprio alla loro natura effervescente, si attivano nel vicinato istintivamente, senza

attendere autorizzazioni, senza passare da nessun ufficio, così come siamo soliti fare con i nostri cari in famiglia o con le persone che conosciamo bene, con cui abbiamo confidenza, di cui ci fidiamo. Le istituzioni si muovono per delibere, determine, atti, ecc. Questa logica procedurale più macchinosa, una volta a regime, può avere tuttavia un impatto di ampio raggio.

La domanda allora potrebbe essere la seguente: questi due linguaggi possono forse completarsi a vicenda nel perseguire qualche obiettivo comune? Questi due soggetti possono collaborare, arrivare dove l'altro non ce la fa, dove per natura non può arrivare così velocemente o con la stessa portata e intensità? Dopo quattro anni di monitoraggi, c'è ragione di ritenere che la cosa migliore sia che nessuno si sostituisca a nessuno, che ciascuno continui ad essere quello che è, a parlare il proprio linguaggio, il linguaggio che gli viene meglio. Ciascuno continui ad esserci, con serietà, onestà e dedizione. Tuttavia, ciò che non dovrebbe venire meno è il dialogo aperto e rispettoso, fondamentale per creare quelle alleanze per il buon vicinato a cui ha fatto riferimento anche l'Arcivescovo di Milano Mario Delpini. A prescindere da qualsiasi discorso teorico, nei fatti, ogni social, ogni vicinato ha il diritto di scegliere liberamente la strategia che preferisce.

### **L'Albo dei gruppi informali del Comune di Milano**

Il giorno 3 marzo 2017, il Comune di Milano ha pubblicato sul suo sito istituzionale un avviso pubblico per la costituzione di un elenco di gruppi informali di cittadinanza attiva, con scadenza della domanda di partecipazione fissata per il 29 maggio 2017. Come si legge nell'Avviso:

Il presente avviso è volto alla costituzione di un elenco di gruppi informali di cittadinanza attiva, quale strumento di riconoscimento, da parte dell'Amministrazione Comunale di queste preziose risorse all'interno nella rete degli attori, istituzionali e non, del sistema di welfare milanese inteso nella sua previsione più ampia, di incentivo e valorizzazione di esperienze di partecipazione

e responsabilizzazione dei cittadini, negli ambiti e con le modalità individuate nel presente avviso. Sono ammessi “all’elenco dei gruppi informali di cittadinanza attiva” gruppi di cittadini milanesi, costituiti da due o più persone, che, residenti a Milano e maggiorenni, non abbiano riportato condanne penali. I componenti dei gruppi informali potranno essere comunitari o stranieri, purchè in possesso di idoneo titolo di soggiorno.

I requisiti richiesti per iscriversi all’Albo dei gruppi informali valgono soltanto per i richiedenti, ossia le persone che presentano la domanda, che debbono essere almeno due, maggiorenni, residenti a Milano, non aver avuto condanne penali, essere cittadini comunitari o stranieri, ma con adeguato permesso di soggiorno. Vista la natura informale delle social street, i requisiti richiesti possono valere soltanto per i richiedenti, che sono spesso gli amministratori dei gruppi Facebook delle social, i quali non possono e non vogliono garantire per il gruppo, sia per il rispetto della privacy sia perché non sono tenuti a conoscere le schede anagrafiche di tutti gli iscritti ai gruppi Facebook che moderano. Il richiedente garantisce per se stesso ma non per gli altri, anche perché, non da ultimo, non rappresenta nessuno.

Nello stesso avviso si legge che l’elenco sarà costituito a cura della Direzione Politiche Sociali e aggiornato semestralmente in presenza di nuove istanze di iscrizione.

### **La risposta dei gruppi informali**

Nella determina del 21 giugno 2017 del Comune di Milano - Direzione Politiche Sociali viene reso noto l’elenco dei gruppi informali che hanno fatto richiesta di iscrizione all’Albo nel primo round – la cui scadenza era stata fissata per il 29 maggio 2017 –, ossia i gruppi che sono risultati idonei a farne parte. In totale sono 26 i gruppi informali iscritti, non tutti sono social street. Di social street se ne contano 9, alcune storiche, altre nuove, alcune con molti iscritti, altre con un numero ancora contenuto di streeters.

Almeno una per ogni Municipio, fatta eccezione per il Municipio 9, che al momento non ne ha nessuna iscritta.

Tab. 1 – Le social di Milano iscritte all’Albo dei gruppi informali del Comune di Milano (21 giugno 2017)

	<b>Nome social street</b>	<b>Municipio</b>
1	De André Social Street	5
2	Residenti Piazza Castello – Foro Bonaparte – Largo Cairoli e dintorni	1
3	NoLo Social District	2
4	Gruppo Quartiere Suffragio	4
5	Social Street Gambara e dintorni	6/7
6	Via Tartaglia – Monviso e dintorni social street	8
7	Via Martiri Triestini e dintorni Social Street	7
8	Residenti Vigentino – Ripamonti - Milano	5
9	Residenti in via Morgagni social street	3

Fonte: Comune di Milano - Direzione Politiche sociali.

Mentre quando parliamo di social street sappiamo a che cosa facciamo riferimento, gli altri gruppi censiti non sono ufficialmente inquadrabili nel fenomeno social street; ciò non esclude la possibilità che perseguano, in alcuni casi, finalità simili. Dal loro nome non è sempre possibile dedurre con esattezza che cosa sono e di che cosa si occupano. Ciò non toglie che possono avere, al pari delle social street, un ruolo importante nella città di Milano.

Se nella prima tornata si sono iscritte 9 social street, che cosa accadrà in futuro? Non ci resta che aspettare i prossimi aggiornamenti, che dovrebbero avvenire ogni sei mesi\*. Nel frattempo sarà interessante anche capire che vantaggi potranno trarre le social street iscritte dall’iscrizione all’Albo: Autorizzazioni? Snellimento burocratico? Copertura assicurativa? Contributo economico a parziale copertura delle spese legate alla realizzazione di iniziative? Che cos’altro? In altri termini, a che cosa serve essere iscritti all’Albo? Che differenza fa essere iscritti o meno? Sul portale

del Comune di Milano, in data 27 giugno 2017, si trovano alcuni elementi informativi, alcune risposte alle nostre domande. L'Assessore Lorenzo Lipparini afferma che l'Amministrazione comunale vuole valorizzare e promuovere il lavoro e l'impegno delle social street attraverso "l'accesso agevolato ai luoghi già operativi". Credo si riferisca ai CAM, presenti in ogni Municipio. Inoltre a partire da settembre 2017 potranno attivarsi nel Bilancio Partecipativo. Da parte sua l'Assessore Pierfrancesco Majorino afferma: "Le social street rappresentano un'opportunità straordinaria per Milano. Le coinvolgeremo in tantissime attività, invitandole a portare e a donare creatività e bellezza".

Sempre dal sito del Comune si ricavano altre importanti informazioni, rispetto ai futuri passi che gli iscritti all'Albo dei gruppi informali dovranno intraprendere se interessati a stipulare patti di collaborazione:

Per l'iscrizione all'elenco i gruppi informali di cittadinanza attiva devono essere costituiti da due o più persone maggiorenni, senza condanne penali, residenti nel Comune di Milano, comunitari o stranieri purché in possesso di idoneo titolo di soggiorno ed è richiesta la presentazione di un progetto di attività che dovrà indicare:

- la specifica attività che si intende svolgere;
- la durata presunta dell'impegno assunto nel complesso;
- il numero di persone impegnate nell'attività;
- il nominativo di un responsabile, referente nei confronti del Comune.

I gruppi informali iscritti nell'elenco saranno coinvolti dall'Amministrazione comunale in attività di tipo sociale e potranno concludere accordi in relazione alla specificità dei singoli progetti. Sarà chiesto a ciascun gruppo di identificare un referente che terrà le relazioni con l'Amministrazione.

La collaborazione tra i "Gruppi informali di cittadinanza attiva" e l'Amministrazione sarà guidata da valori condivisi a cominciare dal perseguimento di finalità di interesse generale. Saranno richieste la massima conoscibilità delle opportunità di collaborazione, delle proposte pervenute, delle forme di sostegno assegnate, delle decisioni assunte, dei risultati ottenuti e delle valutazioni effettuate, riconoscendo nella trasparenza lo strumento principale per assicurare l'imparzialità nei rapporti con i cittadini attivi e per verificare le azioni svolte e i risultati ottenuti. Le parti saranno responsabili reciprocamente affinché la collaborazione risulti effettivamente orientata alla produzione di risultati utili e misurabili.

Sarà interessante seguire questo iter, monitorare non soltanto quante nuove social street si iscriveranno all'Albo, ma anche chi presenterà un progetto, chi realizzerà un patto di collaborazione con il Comune e su che tipo di progetti.

### **Prime forme di ingaggio delle Social Street**

È evidente che il Comune di Milano ha iniziato seriamente a relazionarsi con le social street, prevedendo un loro diretto coinvolgimento in progetti specifici, come la cura dei clochard che vivono nelle loro strade, oppure la rigenerazione urbana di alcune piazze e vie, ecc. Da un lato il Comune invita le social street alla partecipazione attiva, dall'altra le social street, pur raccogliendo qualche sollecitazione, procedono preferibilmente con le proprie logiche dell'informalità, dell'istantaneità e gratuità.

Tra le nuove forme di ingaggio delle social street da parte della Pubblica Amministrazione, e in particolare dell'Assessore alla partecipazione Lorenzo Lipparini, possiamo citare il *Bilancio Partecipativo*<sup>1</sup>. Come si legge dal sito del Comune di Milano, il Bilancio Partecipativo, alla sua seconda annualità, è una forma di partecipazione diretta dei cittadini alla vita politica della propria città, consistente nell'assegnare una quota di bilancio dell'Ente locale alla gestione diretta dei cittadini, che vengono messi in grado di interagire e dialogare con le scelte. Il bando<sup>2</sup>, con scadenza 30 novembre 2017, ha visto la partecipazione anche di alcune social street di Milano, di cui almeno un paio iscritte all'Albo dei gruppi informali, condizione non necessaria per presentare un progetto<sup>3</sup>: *#MoBi. La mobilità dolce passa di qui*<sup>4</sup>, legato alla mobilità leggera nel proprio quartiere, un progetto elaborato da un gruppo di vicini di casa che fanno parte di NoLo Social District; *Il bosco mobile di Buenos Aires*<sup>5</sup>, proposta da un membro della social street di via Morgagni; il progetto *O.A.S.I. Morgagni-Bacone*<sup>6</sup> della social street di via Morgagni che lavora sulla riqualificazione urbana, sempre nel proprio quartiere. Ben altre 5 proposte hanno visto la partecipazione di alcuni residenti in tre social limitrofe – San Luigi, Corvetto-Bonomelli e Corso Lodi – che prima si conoscevano solo di vista: 1) *99 alberi, le acconciature stradali tra funzione ed estetica*<sup>7</sup>; 2) *Libreria aperta di quartiere: prendi un libro - porta un libro*<sup>8</sup>; 3) *Riqualificazione finale del tratto di Corso Lodi dal numero civico 68 al 132 - Piazzale Corvetto*<sup>9</sup>; 4) *1.3 Km di nuova ciclopedonale alberata sul viale Ortles e via Calabiana con posa rastrelliere*<sup>10</sup>; 5) *Piazza Bonelli - modifiche per rendere sicuri gli attraversamenti*<sup>11</sup>. A questi cinque progetti hanno collaborato le social street e Rete Civica di Milano, in particolare nella figura di Roberto Re. È interessante osservare che la maggior parte dei

progetti presentati hanno a che fare con la riqualificazione urbana, sebbene fosse possibile applicare in ambiti diversi: famiglie e giovani; inclusione sociale e pari opportunità; rigenerazione e decoro urbano; scuola; sicurezza; strade e mobilità; tecnologia e innovazione; sport e tempo libero. Resto dell'idea che questo tipo di impegno non sia la mission prioritaria delle social street, che sono più efficaci e inclusive nella loro mission primaria: promuovere la socialità. A queste operazioni, peraltro molto lunghe e complesse, possono essere interessati alcuni residenti, ma non di certo la maggioranza.

Un altro modo del Comune di attivare collaborazioni con le social street nel prossimo futuro sembrerebbe essere quello di coinvolgerle nella fase di scrittura del *Regolamento dei Beni Comuni*<sup>12</sup>, già presente e operativo in molti comuni in Italia, e ancora in fase di elaborazione a Milano.

\* La determina del 22 dicembre 2017 ha approvato l'iscrizione all'albo di una social street del Municipio 8 che ha presentato richiesta: Residenti in Villapizzone Milano Social Street. In totale ora sono 10 le Social iscritte all'Albo.

<sup>1</sup> Su luci e ombre dello strumento del Bilancio partecipativo, si veda Balduzzi [2017].

<sup>2</sup> Il Bilancio partecipativo, come si legge sul portale del Comune di Milano, è un processo attraverso il quale il Comune finanzia progetti proposti, sviluppati e votati dai cittadini. Il budget stanziato per l'edizione 2017-18 è 4.5 milioni di euro – 500 mila euro per ciascuno dei 9 municipi. Le fasi del percorso sono 4: proposta e supporto, progettazione, voto, monitoraggio. Ciascuna fase è regolata, nei ruoli e nelle responsabilità, dal Patto di Partecipazione. La prima fase – settembre - dicembre 2017 – prevede la creazione di una proposta, la raccolta di supporti e l'organizzazione di eventi per condividerla. Solo le proposte con il maggior numero di supporti online passano alla fase della progettazione, in cui vengono trasformate, con il proprio contributo, in progetti. La seconda fase – dicembre 2017 - febbraio 2018 – vede lo stretto lavoro con i tecnici dell'Amministrazione per sviluppare la propria idea di progetto. La terza fase – marzo 2018 – consiste nel periodo in cui si possono votare i propri progetti preferiti, al massimo tre. Nella quarta fase – da maggio 2018 – si possono seguire i lavori dei progetti più votati del Bilancio partecipativo nei diversi Municipi. In generale sono stati presentati 242 progetti: <https://www.bilanciopartecipativomilano.it/bp/proposals/index/proposte-per-milano#tutti-i-municipi>

<sup>3</sup> Fino al 10 dicembre 2017 era possibile supportare i progetti con i propri voti online, all'interno del portale del Comune. Il giorno 11 dicembre 2017 il Comune di Milano ha reso noti i risultati della prima fase, ossia i progetti che hanno avuto un numero di supporti necessari e sufficienti per passare alla fase successiva di valutazione. In totale sono 51.

<sup>4</sup> Il progetto presentato da NoLo Social District, con 358 voti, è risultato il più votato nel Municipio 2 e quindi entra a pieni voti nella fase successiva di progettazione.

<sup>5</sup> Municipio 3: questo progetto ha ottenuto 77 supporti, risulta pertanto in "attesa", ossia non ha ricevuto un numero sufficiente di supporti per passare alla fase 2. Potrebbe tuttavia essere ripescato qualora le proposte ammesse alla fase di valutazione e progettazione si rivelassero non fattibili.

<sup>6</sup> Municipio 3: il progetto presentato dalla Social Street di Via Morgagni è il secondo più votato nel Municipio 3 e con 155 supporti passa alla fase successiva della valutazione.

<sup>7</sup> Municipio 4: in attesa, con 112 supporti.

<sup>8</sup> Municipio 4: in attesa, con 75 supporti. Progetto presentato da Silvana Seccia, fondatrice e amministratore della social street di Corso Lodi.

<sup>9</sup> Municipio 4: in attesa, con 81 supporti.

<sup>10</sup> Municipio 5: in valutazione, con 120 supporti. Progetto presentato da Roberto Re.

<sup>11</sup> Municipio 5: in attesa, con 65 supporti.

<sup>12</sup> Secondo Labsus, in Italia i Comuni che hanno già approvato il Regolamento sono 135, mentre i Comuni che hanno avviato la procedura per approvare il regolamento sono 66, tra cui il Comune di Milano (ultimo aggiornamento: dicembre 2017: <http://www.labsus.org/i-regolamenti-per-lamministrazione-condivisa-dei-beni-comuni/>). Sul tema, si veda ~~Labsus~~ il Rapporto 2016: [http://www.labsus.org/wp-content/themes/Labsus/media/Rapporto\\_Labsus\\_2016\\_Ammministrazione\\_condivisa\\_dei\\_beni\\_comuni.pdf](http://www.labsus.org/wp-content/themes/Labsus/media/Rapporto_Labsus_2016_Ammministrazione_condivisa_dei_beni_comuni.pdf). Dove/Quanti/Quali sono i patti di collaborazione attivati? Questa è una futura pista di ricerca interessante da sviluppare.

Approfondimento n. 5

## **Vicini di casa attivi e solidali disegnano il welfare responsabile**

di Nicoletta Pavesi

### **Crisi del welfare ossia crisi di solidarietà e responsabilità sociale**

Il fenomeno delle social street interpella fortemente chi si occupa di welfare, perché introduce nel processo di “produzione del ben-essere” una serie di elementi che il welfare tradizionale, statuale, erogatorio ha messo in ombra, quando non negato o ostacolato.

La crisi del sistema di welfare che stiamo vivendo oggi nasce infatti non soltanto da una crisi di tipo economico, indubbiamente innegabile, ma anche da una crisi di consenso sociale, dalla crisi del principio di solidarietà fra gli esseri umani.

L'idea della solidarietà fiscale, del sostegno a chi è più debole e vulnerabile, dell'impegno a garantire servizi, oggi sempre più spesso è sostituita da un rancore aggressivo nei confronti di gruppi sociali accusati di sottrarre quote di ricchezza e dunque di benessere collettivo. Ciò che è andato in crisi, dunque, sono il legame sociale, la solidarietà e il principio etico della reciprocità che sta alla base delle relazioni sociali. A questa condizione di crisi ha anche collaborato un modello di stato sociale di matrice assistenzialistica che, con interventi generici, standardizzati,

raramente oggetto di valutazione, è stato incapace di sostenere le persone e i gruppi nel maturare una loro autonomia, una loro capacità di prendere in mano le proprie vite, di attivarsi per migliorare le loro condizioni di vita. Il welfare, lo sappiamo bene, per molti anni ha prodotto più assistenzialismo che sviluppo: come sostengono alcuni autori, paradossalmente, maggiore è stato il Welfare State, minore è stato lo sviluppo delle comunità locali. Ancora, maggiore è stato il welfare con ottica riparativa invece che promozionale, maggiore è stata la crescita incontrollabile e incontrollata della domanda di servizi, con il presentarsi di sempre nuove forme di bisogno, che hanno richiesto ulteriori investimenti senza però ottenere i benefici attesi, creando così un circolo vizioso che ha condotto all'attuale crisi.

Il welfare che ora è in crisi è un welfare che ha sempre più pensato alle fragilità come un compito dei servizi, degli apparati dello Stato, e non come una questione da prendere in carico da parte delle comunità locali, dei gruppi. E questo con una doppia ricaduta problematica. Anzitutto sulle persone assistite: il criterio della presa in carico da parte di un servizio della persona in quanto appartenente ad una categoria perché portatore di un problema (disabile, povero, tossicodipendente, eccetera) lo riduce a fruitore di quel servizio specialistico e in un certo senso lo rinforza in quel ruolo, correndo spesso il rischio di renderlo dipendente dal servizio stesso e dunque cristallizzandolo in una situazione di dipendenza. Dall'altra parte c'è una ricaduta problematica sulle comunità stesse che non si assumono la responsabilità di se stesse, delegando un terzo (l'ente pubblico, solitamente, o le organizzazioni di terzo settore) a farsi carico delle fragilità, e perdendo ciò che caratterizza invece l'essere comunità: la coesione, la fiducia, il senso di responsabilità reciproco fra le persone che compongono quella comunità.

*La crisi del welfare, allora, può essere considerata una crisi di responsabilità*

*sociale, cioè una crisi della presa in carico comunitaria dei problemi, ma anche della capacità di mettere in comune le risorse.*

Se però da una parte ci sono elementi che portano a evidenziare la situazione di crisi, dall'altra parte ci sono esperienze di varia natura (promosse dal pubblico o dal privato sociale, di partnership fra pubblico e privato profit e non profit, sostenute dalle Fondazioni bancarie e di comunità, create da gruppi formali o informali di cittadini, eccetera) che indicano che il welfare si sta muovendo verso nuove forme, che potremmo definire di “welfare responsabile” [Cesareo, a cura di, 2017].

Alla base di queste esperienze e del nuovo modello di welfare che si sta piano piano creando c'è l'idea che la possibilità di raggiungere una condizione di benessere non dipende solo dall'individuo, dalle sue capacità e dalle sue risorse individuali, ma è necessario che le persone con lui in relazione si comportino in modo facilitante; tutti devono collaborare a un benessere delle relazioni in cui sono implicati, accettando l'apparente paradosso che il benessere personale non può derivare da una logica individualista, bensì da una strategia cooperativa [Carrà - Pavesi 2015]. Si tratta cioè di collocarsi nella prospettiva dei cosiddetti “beni comuni” [Donati 2011], ossia quei beni che possono essere prodotti e utilizzati soltanto attraverso relazioni sociali piene. Avere quest'attenzione significa intendere i problemi e le relative soluzioni come concernenti una rete di relazioni, che deve essere rafforzata e supportata affinché a propria volta rafforzi e supporti i singoli individui che ne fanno parte. In questo modo si genera un benessere relazionale.

Ecco allora la proposta di un “welfare responsabile”, fondato su tre principi, che rappresentano altrettante opzioni di fondo:

- 1) la prima è di natura antropologica: al centro del welfare è

collocata la persona e non l'individuo. Mentre il secondo è astratto e generale nel senso che "astraе" l'essere umano dal suo contesto e lo considera come uno dei tanti, la persona è invece concreta, unica, storica e relazionale. Da questa prima opzione discende la presa di distanza dai modelli assistenzialistici di welfare, basati sul primato dell'offerta standardizzata e anonima, adatta appunto all'individuo;

2) la seconda opzione consiste nell'assegnare un particolare rilievo alla dimensione "meso" del sistema di welfare, quale luogo concreto e simbolico di produzione di benessere per le persone e per le famiglie. Nel sistema di welfare si può infatti identificare un livello elementare, cioè il più prossimo alle persone, di gestione delle singole prestazioni (livello "micro", quello del "caso") e un livello di politiche di indirizzo sistemico più generale (livello "macro"). Tra l'uno e l'altro polo si posiziona il livello "meso", che indica quella realtà in cui attori diversi si mettono in relazione per trovare risposte di natura collettiva;

3) ne consegue che la produzione del benessere è compito (responsabilità) di tutti i soggetti che incidono su un certo territorio: gli attori pubblici locali, quelli del mercato, quelli del Terzo Settore, i gruppi spontanei di cittadini. Tutti costoro di fatto "sono" il welfare, e dunque sono chiamati a mettere in campo abilità nel costruire reti per ottimizzare le risorse, per trovare soluzioni innovative, per rinsaldare il legame sociale. A tali soggetti è richiesto lo sviluppo di una buona riflessività, necessaria per comprendere e valutare nel concreto i bisogni emergenti, mutevoli, fluidi, relativamente eterogenei e complessi. La riflessività è inoltre necessaria per condividere linguaggi, per trovare e attivare risorse, per produrre risposte innovative, efficaci

e sostenibili: in sintesi, per adottare quello che si può definire il principio della “mobilitazione delle potenzialità”. Se i bisogni sono molteplici e complessi, le risposte devono essere necessariamente multidimensionali, provenire da soggetti che hanno sensibilità, logiche di intervento, grammatiche di azione differenti, ma non per questo inconciliabili. Anzi, è proprio la multiformità degli attori a rappresentare la ricchezza del welfare responsabile.

Nel concreto, il welfare responsabile si caratterizza anzitutto per la messa in campo del processo di *attivazione capacitante*, ossia quel processo sociale teso a mobilitare, attivare e potenziare le risorse, le competenze, le abilità e le conoscenze di ogni attore coinvolto ai vari livelli della vita sociale, in vista del conseguimento del proprio benessere ma anche di quello generale della collettività. Il secondo elemento è rappresentato dall'*integrazione condivisa* in una logica di rete, che privilegia la dinamica dell'et-et in termini di solidarietà e responsabilità. Il livello territoriale di gestione del welfare è dunque a geometria variabile, ossia è uno *spazio sociale di prossimità* in cui sono possibili le relazioni face to face, in cui gli attori si possono incontrare, possono condividere letture, risorse, strategie in grado di produrre benessere.

### **Le social street: una forma emergente di welfare responsabile?**

L'esperienza delle social street appare pienamente in linea con questa modificazione del welfare in ottica responsabile, a partire dalla condivisione di alcuni dei principi di fondo e delle caratteristiche che sopra abbiamo in sintesi esposto:

- 1) Centralità della persona, unica, storica, concreta e relazionale:

l'idea di ri-creare relazioni nasce proprio da questa centralità naturale della relazionalità umana che si esplicita nel tessere legami informali, di vicinato, legami che "curano", nel senso che si prendono cura dello stare bene delle persone nella quotidianità. Si tratta, di fatto, di "capacitare" le risorse personali che vengono riconosciute, valorizzate, messe in circolo: dal fare la pasta all'aggiustare il rubinetto che perde, dal passare informazioni al fare da baby sitter ai figli del vicino. Tutte queste attività producono ben-essere sia in chi dà, perché riconosciuto capace, sia in chi riceve, perché gli si risolvono problemi di gestione del quotidiano. Capacitazione significa anche inclusione: nessuno, in queste relazioni, è ritenuto inadeguato, incapace, così povero da non poter offrire nulla. Non c'è una selezione sulle abilità per accedere a una social street. Ciò che ciascuno può e vuole dare, dà: ciascuno, dunque viene integrato nella rete di relazioni e di doni, indipendentemente dalle sue caratteristiche di età, ceto, sesso, eccetera. L'importante è condividere la logica della reciprocità dentro alla relazione. È interessante a questo proposito notare che non si tratta di sharing economy, ma di economia del dono, che promuove un'idea di comunità di persone nella quale i principi della giustizia sociale, dell'uguaglianza di opportunità, della legalità, eccetera siano basati sul principio della fraternità [Bruni 2010]. È questo uno dei pilastri dell'economia civile [Zamagni 2014], che appare coerente tanto con il nuovo modello di welfare quanto con il fenomeno delle social street: la società fraterna è quella che consente a ciascuno di affermare la propria personalità e la propria dignità, in un contesto di parità, cioè senza che questa diversità diventi elemento di conflitto, ma viceversa di unità. La fraternità è un bene di legame, che fa sì che gli individui liberi e uguali diventino anche persone, cioè soggetti in relazione tra di loro. L'essere fratelli

pone le persone allo stesso livello, la relazione è paritaria, le persone sono chiamate a collaborare, competere, negoziare per trovare una dimensione comune e condivisa. Nella relazione fraterna trovano spazio quei “beni di gratuità” che anche l’economia ormai riconosce come centrali [Zamagni 2007], ossia quei beni di carattere relazionale, che non si identificano con una prestazione o una merce: essi emergono dalle relazioni umane che animano una famiglia, una associazione, una comunità di vicinato. Il bene relazionale vive di cooperazione, fiducia, empatia: quanto più aumentano i soggetti relazionali implicati, tanto più questi beni si accrescono, tanto più prevalgono antagonismo e rivalità, tanto più essi si depauperano. I beni relazionali possono essere fruiti soltanto assieme dai partecipanti, nessun soggetto che faccia parte della relazione può esserne escluso, non sono frazionabili e neppure sono concepibili come semplice somma aritmetica di beni individuali.

Le social street rappresentano un modo nuovo (o forse hanno ridato vita ad un modo tradizionale) di costruire solidarietà tra vicini, con l’indubbio pregio di aver saputo produrre innovazione attraverso un utilizzo etico di Facebook.

2) Un elemento chiave tanto delle social street quanto del welfare responsabile è la produzione/costruzione/generazione e il mantenimento dei legami sociali, che vivono però di una doppia anima: essi sono risorsa ma anche vincolo. I legami servono, perché ci mettono in collegamento e ci danno sicurezza. Ma nello stesso tempo sono, appunto, legami, cioè in qualche modo ci legano, ci obbligano, limitano la nostra libertà individuale, producono responsabilità e doveri. Ne abbiamo bisogno, perché l’esperienza ci insegna che il nostro benessere

dipende dai legami sociali, ma li temiamo perché richiedono fatica, impegno, responsabilità. Insomma: la loro dimensione di risorsa ci piace, quella di vincolo molto meno. L'enfasi contemporanea sul primato della libertà e del vantaggio individuale mette a rischio proprio questa dimensione del legame sociale: quella della responsabilità degli uni nei confronti degli altri. Insomma, ne vorremmo i vantaggi, senza le fatiche. Il rischio è che semplicemente abitiamo le relazioni, ma non le viviamo nella loro pienezza; cerchiamo di usarle, ma non le reciprociamo. Ma questo comportamento le rende deboli e sfilacciate, minando quindi la coesione sociale.

Le social street hanno invece saputo lavorare su questo: trasformare gli ambienti reali e virtuali che attraversiamo quotidianamente in modo anonimo, utilitaristico, in spazi comuni di condivisione. Le social street insegnano (ma anche dicono che è possibile) a sostare nei luoghi delle nostre relazioni e non solo attraversarli, ad avere cura dei luoghi della nostra vita perché diventino luoghi in cui prendersi cura (avere a cuore) gli uni degli altri. L'esperienza delle social street ci dice che ciò non accade perché c'è un imperativo etico che ce lo imponga, ma anzitutto perché è l'esperienza quotidiana che ci dice che c'è un futuro soltanto se riusciamo ad attenuare l'egocentrismo che permea il nostro vivere, per creare forme di compagnia fra esseri umani che insieme passano attraverso questo tempo pieno di contraddizioni, fatiche, rischi, essendo però anche capaci di coglierne le opportunità.

3) La ricerca ha messo anche in luce come le social street abbiano anche messo a tema la cura – talvolta la ri-costruzione – degli spazi comuni, ossia quei luoghi non soltanto fisici, ma anche emotivi,

mentali, antropologici in cui la dialettica tra diversi viene accettata e gestita per trovare delle convergenze, degli interessi e dei territori comuni di scambio [Lavanco - Romano 2010]. In essi predomina la logica cooperativa, che non nega il dissenso o il conflitto, ma li gestisce. Lo spazio comune è il luogo in cui costruire “imprese sociali” (non in senso giuridico, ma esperienziale) attorno a problemi, interessi e desideri vissuti come comuni a più persone.

Lo spazio comune, dunque, non è un luogo “altro”, “estraneo” da usare, ma uno spazio da costruire insieme e abitare per leggere e affrontare seriamente le sfide della nostra, delle nostre vite.

Alcune esperienze creano poi una commistione virtuosa tra spazio pubblico e spazio comune, nel momento in cui gli abitanti si “appropriano” degli spazi pubblici (delle strade, delle piazze, dei parchetti) per farli rivivere, diventare luoghi di relazione, di condivisione, di benessere nel quartiere. E proprio perché “comuni” in essi il controllo reciproco diventa cura: l’attenzione a ciò che accade nelle vie, o sulle scale dei palazzi, il condividere suggerimenti o il mettere in guardia su presenze ambigue, riporta a quel controllo sociale informale o relazionale [Cesareo 1974] che esiste solo nel momento in cui le persone si sentono “tutte sulla stessa barca”, condividono un interesse comune a mantenere sano il proprio ambiente non solo per sé, ma per un “noi”. Una caratteristica fondamentale di queste esperienze è la prossimità, che richiama anche la responsabilità verso il prossimo: la costruzione o il rafforzamento delle reti di aiuto che consentono il fronteggiamento dei problemi sociali richiedono un’azione di facilitazione che solo la prossimità permette [Folgheraiter 2007]. È

ovvio che tali esperienze profondamente innovative aprono una serie di questioni sul welfare che vanno adeguatamente affrontate.

Un primo aspetto riguarda il rischio del disimpegno da parte dell'ente pubblico: se il benessere si costruisce nelle relazioni prima di tutto informali, allora non è compito dell'ente pubblico intervenire.

È ovvio che tale affermazione è un paradosso; esistono infatti bisogni o problemi di natura diversa, di portata diversa, che richiedono interventi di tipo diverso: in alcuni casi è sufficiente il vicino della social street, in altri casi è necessario un intervento professionale che può essere erogato soltanto da chi ha la competenza per farlo.

Si apre però un'altra questione: quella dell'integrazione, laddove possibile e auspicabile, di interventi di tipo diverso, formali e informali.

Come far interagire soggetti che afferiscono a logiche differenti (redistributiva e riparatoria l'ente pubblico, basata sul dono il vicino della social street), che parlano linguaggi differenti, che sono mossi da interessi differenti? Si introduce qui la necessità dell'integrazione tra saperi professionali (degli operatori del welfare) e saperi esperienziali (delle persone che vivono un problema direttamente o attraverso l'esperienza di una persona a loro vicina): agli operatori del sociale si chiede allora oggi da una parte l'implementazione, l'approfondimento critico e creativo dei loro saperi tradizionali e la loro contaminazione con strumenti teorici e metodologici innovativi; dall'altra l'implementazione della capacità di stimolare e favorire il rapporto-confronto con i cittadini-utenti, le loro aspettative, le loro competenze, la loro soggettività autonoma e responsabile.

## **Note conclusive**

Come scrive Folgheraiter [2012], la crisi del welfare può diventare una opportunità per promuovere e sperimentare nuovi modi di produrre il benessere basati non sullo scambio economico, ma sulla responsabilità reciproca. Questo garantisce che nessuno – perché non in possesso delle risorse monetarie adeguate – sia lasciato fuori. Tale prospettiva, per certi versi rivoluzionaria, ma insieme antica, trova già la sua esplicitazione concreta in alcune esperienze di welfare sparse in Italia e in Europa: pensiamo ad esempio ai progetti di auto mutuo aiuto, ai servizi prodotti da reti di enti pubblici e di privato sociale, o ancora alle esperienze di attivazione degli utenti e dei loro familiari. In alcuni casi si tratta di esperienze strutturate che vengono inserite nell’offerta di servizi sociali di un certo territorio, in altri casi sono esperienze informali, ma non per questo meno significative.

Il mondo delle Social Street rappresenta, come abbiamo cercato di illustrare, un fenomeno interessante da questo punto di vista, perché è espressione di un senso di responsabilità nei confronti del proprio ambiente di vita e insieme della consapevolezza che soltanto mettendo insieme le risorse si possono trovare risposte ai bisogni, anche quelli più semplici ma importanti per la qualità della vita. Rimangono aperti, ovviamente, alcuni interrogativi, che è necessario chiarire per evitare di cadere nella retorica della “bontà a prescindere” di ciò che nasce dal basso. Un primo quesito riguarda le condizioni ambientali e sociali affinché una social street possa nascere in un certo territorio. Per dirla più chiaramente: le social street nascono in zone in cui già esiste almeno un po’ di capitale sociale, dove già c’è qualche reticolazione virtuosa che cerca di allargare le proprie relazioni? Se è così, si rischia che anche questa esperienza porti a incrementare,

anziché diminuire, le diseguaglianze sociali fra città e all'interno della stessa città.

Un altro aspetto di riflessione potrebbe riguardare la possibilità di utilizzare la social street come strumento di intervento sociale all'interno dello sviluppo di comunità. Anche qui si pone un quesito che ha anche una valenza etica: se la social street deve nascere dal basso, come è giustificato l'intervento di un professionista del sociale che la fa nascere e la anima? Quale reale protagonismo viene lasciato agli abitanti della Social Street nella sua creazione?

Quanto più il fenomeno si amplia, ovviamente, tanto più le questioni aumentano e si fanno complesse: ma è la stessa natura dei bisogni e dei problemi della contemporaneità ad essere multiforme, e dunque a richiedere risposte nuove, creative, articolate.

## Conclusioni in social-pillole

### di Cristina Pasqualini

Non c'è nulla di più difficile di scrivere le conclusioni in un libro come questo, che non possono che essere aperte e piene di speranza, per un cambiamento che si rende tanto auspicabile quanto necessario a livello societario. Vorrei allora provare a tirare le fila dei tanti ragionamenti avviati, delle tante finestre aperte. Lo farò in forma di *social-pillole*, una sorta di decalogo, che ciascuno può assumere a piccole dosi strada facendo. Perché, come ama dire Edgar Morin, che a sua volta riprende la poesia *Caminante no hay camino* di Antonio Machado: “Viandante, non esiste il sentiero, il sentiero si fa camminando”:

#### *1. A problemi globali servono soluzioni globali*

Quello che viviamo non riguarda soltanto noi, bensì la società, il mondo intero. I problemi, le grandi questioni che ci preoccupano e ci interrogano nel quotidiano sono collettivi, potremmo dire globali, attengono alla specie umana. La sicurezza personale e del nostro Paese minate dalla minaccia del terrorismo e del nucleare, la salute della specie umana e del Pianeta che abitiamo esposte ai rischi ecologici e ambientali, il progressivo sfaldarsi delle comunità e della solidarietà a favore dell'individualismo e isolamento, le crescenti disuguaglianze economiche e di accesso alle risorse tra noi e chi

vive lontano, ma anche tra noi e chi vive nel nostro stesso condominio, sono tutti problemi globali. Se siamo tutti sulla stessa zattera malconcia non ci resta che prenderne atto e remare tutti coordinati verso la riva e la possibilità di salvarci. Non è tanto “Mal comune mezzo gaudio”, ma “Mal comune, prendiamone atto senza deprimerci, cerchiamo soluzioni con gli altri, le migliori per tutti”.

*2. Il cambiamento, e in genere l'innovazione, viene spesso da qualcuno che ha lo sguardo più lungo degli altri, non necessariamente dal centro, spesso dal “margine”*

La storia ci insegna che il sistema sociale è refrattario al cambiamento, le persone vivono in una società data e pensano che non sia possibile un altro mondo, un altro modo di abitarlo. La tradizione è forte più dell'innovazione. La tradizione è rassicurante, mentre il cambiamento spaventa sempre. Del tipo: “Chi lascia la strada vecchia per quella nuova, sa quello che lascia ma non sa quello che trova”. Ma c'è comunque qualcuno che prima o poi si prende questa responsabilità, qualcuno che ha chiaro un bisogno ed è in cerca di una soluzione che trova e poi sperimenta, spesso in maniera isolata, individuale, ritenuta dai più coraggiosa, da altri addirittura irresponsabile. Ma lì dentro spesso già abita il seme dell'innovazione, la soluzione a un bisogno non soltanto individuale ma collettivo.

*3. Tante gocce d'acqua ingrossano un torrente, tanti gruppi in azione fanno un movimento*

Se da soli si va poco lontano, insieme si può fare la differenza. Siamo soliti pensare che il nostro impegno in micro contesti possa servire a poco, passi inosservato agli occhi dei grandi, di chi decide anche per noi, per il

nostro futuro. In realtà, le idee possono essere non soltanto prese da esempio da altri, ma diventare addirittura virali, grazie ai social network, e prendere la forma del movimento. Le buone pratiche portate avanti da pochi, che oggi possono sembrare “mosche bianche”, attraverso un lavoro di networking, raccontate, testimoniate, possono giorno dopo giorno lavorare sui nostri sistemi culturali e farci intravedere possibilità concrete di altri modi di vivere, magari solidali e sostenibili.

#### *4. Possiamo vivere globali, ma non possiamo non vivere locali*

È innegabile che la globalizzazione, le nuove tecnologie hanno ridisegnato i nostri stili di vita, le nostre pratiche quotidiane, le nostre relazioni con le persone vicine e lontane e con i luoghi, gli spazi della città. Possiamo vivere interconnessi grazie alla Rete, possiamo essere mobili sul territorio con grande facilità grazie ai voli low cost, possiamo vivere “tra” piuttosto che vivere “in”, ma non possiamo rinunciare completamente alla dimensione locale del vivere sociale. Non si può vivere totalmente sradicati. L'essere umano ha bisogno di fare base da qualche parte, di addomesticare i luoghi, di renderli familiari. Questo è un modo per ridurre la complessità, perché le routine semplificano la vita, così come sapere chi abita nel nostro condominio riduce la diffidenza, abbassa i livelli di paura. Globalizzati sì, ma anche locali.

#### *5. Siamo animali sociali, l'a-socialità non è la nostra vera natura*

“L'uomo è un animale sociale”, ossia tende per natura ad aggregarsi con altri individui e a costituirsi in società, diceva già Aristotele. Individualismo, purtroppo, sta diventando sinonimo di solitudine, isolamento. Non sempre la

Rete ci mette in relazione con gli altri, come potrebbe sembrare. Nella Rete ci possiamo stare anche da soli, non necessariamente con gli altri, possiamo essere anonimi e trasparenti, ci possiamo nascondere. Proprio tra le giovani generazioni è forte questo rischio dell'isolamento, sebbene siano apparentemente connessi h24 con i tanti device che hanno accesi sul mondo. L'uomo per star bene ha bisogno di socialità, di nutrirsi di essa sia online che offline, di entrare in relazione con gli altri. La socialità genera capitale sociale, ossia integrazione, senso di appartenenza a una stessa comunità e previene fenomeni di mancata integrazione ed esclusione sociale.

#### *6. Coltivare le proprie reti sociali, online e offline, è cosa buona*

Le proprie reti sociali online e offline vanno coltivate con la stessa dedizione. Sappiamo che i gruppi per generare benessere e inclusione sociale presuppongono la frequentazione con una certa regolarità. Chi non frequenta, chi non c'è quasi mai, progressivamente non ne fa più parte, resta escluso. I nostri contatti si perdono, le nostre relazioni perdono di intensità se non dedichiamo loro tempo e attenzione. Le relazioni amorose, amicali, professionali, societarie in genere sono soggette a svanire se non vengono alimentate da chi le vive in prima persona. Le persone oggi fanno sempre più parte di tanti gruppi diversi, che incontrano nei luoghi fisici, altri in Rete, altri ancora sia offline che online. Siamo oramai abituati a gestire tale complessità. C'è chi sta imparando a farlo, per non restare escluso dalle reti sociali che gli interessano, in cui ha piacere di stare dentro.

#### *7. Nelle reti sociali contano sia i legami forti che i legami deboli*

Nelle tante reti sociali di cui disponiamo – sia online che offline – sono

presenti legami forti e legami deboli. I legami forti sono per molti quelli familiari, amicali e di prossimità, ossia il vicinato. Sono i legami comunitari caldi, da cui non possiamo prescindere se vogliamo vivere bene, sereni e felici. Ma ci sono anche i legami deboli, quelli con persone più lontane da noi, che abbiamo incontrato una volta nella vita, di cui ricordiamo a malapena il volto ma non il nome. Questi contatti svolgono un ruolo importante quanto i legami forti perché rendono le nostre reti sociali “piccoli mondi”, ossia aperte all’esterno, ma coese all’interno, capaci di trasmettere su più binari, a diverse velocità, a diverse latitudini, informazioni, risorse, ecc. Se nelle comunità c’è spesso il rischio che i legami forti chiudano eccessivamente le chance di vita, nelle comunità online il rischio è che la dominanza dei legami deboli disperda i soggetti. Se si hanno reti sociali miste, ovvero se si frequentano persone sia online che offline, si hanno buone possibilità di poter far conto sia su legami forti che su legami deboli, di avere un capitale sociale di tipo bridging e bonding, ossia che apre e che chiude.

### *8. I social network sono luoghi ludici, ma anche dell’impegno*

L’errore più grande che potremmo compiere sarebbe considerare i social network come un ambiente esclusivamente ludico, poco affidabile e quindi su cui non investire seriamente. La Rete e i social network, al contrario, sono ambienti molto seri, se pensiamo che generano e fanno circolare capitale sociale, ma anche capitale culturale e capitale economico. Senza sminuire la loro natura più espressiva e di intrattenimento, i social sono anche i luoghi dell’impegno, come ha riconosciuto recentemente lo stesso padre di Facebook, Mark Zuckerberg<sup>1</sup> durante un summit di Facebook a Chicago nel giugno del 2017: “Connettere le persone non basta più. Cambia la mission di

Facebook, non più solo luogo dove connettersi, ma struttura per la formazione di comunità significative”. In effetti Mark fa riferimento proprio ai gruppi che si formano sul suo social, che sono utilizzati da oltre un miliardo di persone, di cui solo 130 milioni li usa per fare comunità. La sua mission è fare in modo che questo miliardo frequenti gruppi impegnati. Le social street quattro anni fa hanno scelto proprio questa strada.

### *9. Chi avvia una social street sappia che è un gioco serio*

Chi decide di avviare una social street solitamente ha un bisogno di socialità e pensa che questa possa essere una soluzione all’asocialità dilagante nel proprio quartiere, nella propria via, nel proprio condominio. In effetti la social street ha delle ottime possibilità in termini di socialità, perché grazie alla sua dimensione online e offline consente di coltivare relazioni di diversa natura e di diversa intensità, legami forti e legami deboli. Come tutte le relazioni, anche quelle presenti all’interno di una social street vanno curate e alimentate. E questo implica impegno, dedizione, responsabilità, cura. Ma le relazioni all’interno di questi ambienti sono ancora più complicate da tenere in essere perché chi ha avviato la social street e sta facendo sostanzialmente del bene a se stesso e agli altri viene percepito dagli streeters come colui che ha delle responsabilità in più per il buon funzionamento della macchina, mentre tutti gli altri possono anche permettersi uno scarso impegno, di restare ad aspettare, piuttosto che attivarsi al pari degli altri streeters. Questa è una percezione distorta, che c’è, che va problematizzata e risolta, incentivando la responsabilità collettiva.

*10. Chi trova un amico trova un tesoro; chi fa parte di una social street ne trova più di uno*

Le social street connettendo le persone, le mettono nelle condizioni di conoscersi, di frequentarsi online e offline, di diventare amici non soltanto nell'accezione di "amici su Facebook", ma nel senso più ampio di amicizia. Le amicizie che nascono nelle social street non sono amicizie di serie B, rispetto a quelle che si coltivano in altri luoghi. Non solo avere un amico, ma addirittura un vicinato amico, è possibile grazie alle social street, su cui si può fare conto in caso di bisogno, ma anche per condividere tempo, esperienze, eventi nel quotidiano. Gli amici streeters non sono amici di serie B, sono spesso gli amici più vicini nello spazio fisico, che fanno tutte le mattine la strada con noi per andare al lavoro, che fanno la spesa come noi nei negozi del quartiere, che vanno al parco sotto casa, che ci chiamano per nome quando ci salutano. Quando si abita in una social street e si hanno molti amici si deve mettere in conto che i tempi di percorrenza della strada si allungano inevitabilmente. Come ricorda Federico Bastiani, "se prima per percorrere la strada da casa alla stazione ci impiegavo 5 minuti, oggi ne impiego almeno 20", perché strada facendo si intrattiene con il vicinato. Due sono le possibilità: si anticipa l'uscita da casa, oppure si perde il treno e si prende il successivo.

<sup>1</sup> Dal Corriere della Sera del 23 giugno 2017: [http://www.corriere.it/tecnologia/17\\_giugno\\_23/connettere-persone-non-basta-piu-zuckerberg-cambia-missione-facebook-c2a34afe-57bf-11e7-abb9-de301c7bc284.shtml](http://www.corriere.it/tecnologia/17_giugno_23/connettere-persone-non-basta-piu-zuckerberg-cambia-missione-facebook-c2a34afe-57bf-11e7-abb9-de301c7bc284.shtml)

## **Nota metodologica**

### di Cristina Pasqualini e Angelica Maineri

Il fenomeno delle social street è stato indagato attraverso l'indagine *Vicini e connessi. Alla scoperta del vivere social*, realizzata a partire da gennaio 2014 dall'Osservatorio sulle Social Street, il primo e unico nel nostro Paese, operativo presso il Dipartimento di Sociologia dell'Università Cattolica di Milano, avviato e coordinato da Cristina Pasqualini, che vede coinvolti un gruppo di ricercatori – Fabio Introini, Giusy Labita, Angelica Maineri, Niccolò Morelli, Claudia Tagliabue, Anita Verlato – e collaboratori – Nicoletta Pavesi, Martina Del Soldato, Elisa Dossena. Una ricerca auto-promossa, auto-finanziata e partecipata, ancora in corso, che richiede un aggiornamento continuo, dal momento che studia un fenomeno fluido e in continua evoluzione. In questi anni, l'Osservatorio ha realizzato azioni di ricerca differenti, con tecniche di ricerca quali-quantitative. Nello specifico:

#### **Monitoraggio online**

Il monitoraggio online, a cadenza mensile, è stato effettuato su tutti gli oltre 430 gruppi Facebook censiti in Italia e all'estero – gruppi chiusi a cui è necessario iscriversi. In ciascun gruppo sono stati osservati diversi aspetti: la numerosità degli iscritti – crescita/decrecita; lo stato di attività/latenza, ricavato dalla presenza o meno di post negli ultimi tre mesi rispetto al

momento della rilevazione; l'analisi del contenuto dei post, portando in evidenza i temi caldi di discussione. Questa azione di ricerca ha consentito di seguire l'evoluzione del fenomeno, attraverso la costruzione di serie storiche, per ogni città interessata. Nello specifico, a Milano i gruppi attivi censiti e monitorati sono complessivamente 77 (Tab. 1), così come 10 sono nella provincia di Milano (Tab. 2).

Tab. 1 – Social Street mappate a Milano

	NOME SOCIAL STREET	DATA DI AVVIO
1	Via Sarpi	gen-10
2	Milano Via Savona sociale	nov-11
3	Via Bixio	giu-13
4	Via Marco D'Oggiono	set-13
5	Parco Solari	ott-13
6	Via Cadore	nov-13
7	Via Maiocchi	nov-13
8	Via Vigevano	nov-13
9	Ingegnoli (via Oreste Salomone)	dic-13
10	Via Cola Montano	dic-13
11	Via Morgagni	dic-13
12	Via Piero Della Francesca	dic-13
13	Via Vincenzo Monti	dic-13
14	Via Panfilo Castaldi	dic-13
15	Via Cenisio e dintorni	dic-13
16	Via Farini e isola	dic-13
17	La Loggia di Calvairate	gen-14
18	Piazza San Luigi e dintorni	gen-14
19	Via Sarnio 18/24	gen-14
20	Via Corsico	gen-14
21	Via Crema	gen-14
22	Via Della Torre	gen-14
23	Via Fabrizio De André	gen-14
24	Via Ponzio e dintorni	gen-14
25	Via Tagiura	gen-14
26	Via Valvassori Peroni	gen-14
27	Lambrate	gen-14
28	Derganesi social district	feb-14
29	Piazza Risorgimento	feb-14
30	Piazza Udine	feb-14
31	Procaccini, Lomazzo, Sempione	feb-14
32	Via Neera e dintorni	feb-14
33	Via Carolina Invernizio	feb-14
34	Via Conca del Naviglio	feb-14
35	Via San Gottardo, via Meda e dintorni	feb-14
36	Viale Molise e dintorni	feb-14
37	Lambrate - quartiere Rubattino e dintorni	mar-14
38	Quartiere Corvetto/Bonomelli	mar-14
39	Via Inama	mar-14
40	Via Ciriè - Via Demonte	apr-14
41	Piazza Bolivar	apr-14
42	Piazza Piola e dintorni	mag-14
43	Via Spadolini e dintorni	mag-14

44	Via Martiri Triestini	mag-14
45	Via Missaglia e dintorni	mag-14
46	Via Muratori	mag-14
47	Via Veglia e dintorni	mag-14
48	Viale Monte Nero	mag-14
49	Piazzale Gambara	giu-14
50	Via Sismondi	giu-14
51	Quartiere Niguarda	lug-14
52	Quartiere Romolo	lug-14
53	Via Fichera	ago-14
54	Via Montecatini e dintorni	ott-14
55	Piazza del Suffragio	dic-14
56	Piazzale Libia	gen-15
57	Baia del Re (Montegani, Volvino e dintorni)	gen-15
58	Via Silva, Via Monte Rosa e dintorni	gen-15
59	Broletto - Cusani	gen-15
60	Via Magolfa	apr-15
61	Beato Angelico	mag-15
62	Zona Washington	giu-15
63	Piazza Gobetti e dintorni	nov-15
64	NOLO - Nord Loreto Social District	apr-16
65	Papiniano, Darsena, Corso Genova	mag-16
66	Via Tortona, Savona e dintorni	lug-16
67	B. Verro e dintorni	lug-16
68	Maggiolina - Villaggio dei Gionalisti	lug-16
69	Via Fara	ago-16
70	Corso Lodi e dintorni	ott-16
71	Villapizzone	nov-16
72	Vigentino	feb-17
73	Via Tartaglia-Monviso e dintorni	feb-17
74	Piazza Castello -Foro Buonaparte - Cairoli	feb-17
75	Piazza Grandi	apr-17
76	Benedetto Marcello	mag-17
77	Piazza De Angeli	giu-17

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

Tab. 2 – Social Street mappate in provincia di Milano

	CITTÀ	NOME SOCIAL STREET	DATA DI AVVIO
1	Trezzano sul Naviglio	Via Morona	dic-2013
2	Garbagnate Milanese	Residenti in centro	dic-2013
3	Garbagnate Milanese	Via Milano	dic-2013
4	San Giuliano Milanese	Cascina Selmo	gen-2014
5	Sesto San Giovanni	La Piazzetta di Sesto – Residenti QT1	feb-2014
6	Bresso	Via Don Minzoni	lug-2014
7	Bresso	Papa Giovanni XXIII	lug-2014
8	San Donato Milanese	Via Libertà	lug-2014
9	San Donato Milanese	Via Morandi	dic-2014
10	Cinisello	San Eusebio	ott-2015

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

### **Interviste semi-strutturate**

A partire dal mese di dicembre 2014 fino a dicembre 2017 sono state realizzate le interviste qualitative ai fondatori-amministratori delle social street della città di Milano e provincia – complessivamente 82 – mediante una traccia d'intervista semi-strutturata, con conduzione non-direttiva. Le interviste sono state registrate, trascritte integralmente dai ricercatori dell'Osservatorio, date in rilettura agli intervistati che hanno approvato il testo finale, attraverso il rilascio di una liberatoria firmata, che consente l'utilizzo della stessa a fini di questa indagine.

La traccia di intervista impiegata è stata organizzata in 4 sezioni tematiche:

## 1. Il fondatore.

- a. Account sull'incorporazione della fondazione della Social Street nel suo percorso biografico.
- b. Esplorazione del suo rapporto, storico e attuale con le tecnologie digitali.

## 2. Che cos'è una social street.

- a. Come nasce la social street.
- b. Descrizione dei passi compiuti dall'avvio ad oggi.
- c. Descrizione della via, peculiarità dal punto di vista fisico e sociale.
- d. Rapporti con le altre social street.
- e. Rapporti con le realtà associative di qualsiasi tipo presenti nella via.
- f. Rapporti con Social Street International.

## 3. Social street e spazio urbano.

- a. Cambiamenti – rispetto allo spazio urbano e sociale – nella via dopo l'avvio della social street.
- b. Specificità di una social street rispetto ad altri gruppi che si formano in Rete.

## 4. Social street: e poi?

- a. Analisi degli obiettivi iniziali e primo bilancio.
- b. Come le social street impattano sulla città di Milano.
- c. Definizione in tre parole della social street.
- d. Rapporto social street con le istituzioni locali.

Il vasto materiale biografico raccolto ha consentito di mettere a punto i profili dei fondatori/amministratori, le caratteristiche delle social street (mission, azioni/attività realizzate) e del territorio, in termini sia urbanistici

che sociali. Il lavoro di raccolta delle interviste è stato già realizzato anche nella città di Mantova (tot. 3, raccolte da Elisa Dossena) e nella città di Bologna (tot. 20, effettuate da Niccolò Morelli) e mira ad essere esteso alle maggiori città italiane e straniere coinvolte nel fenomeno social street, oltre a tutti i casi interessanti presenti anche in città di più piccole dimensioni.

### **Web survey**

L'Osservatorio sulle Social Street, con la partecipazione attiva degli amministratori dei gruppi social, ha messo a punto e somministrato via Internet un questionario. La lista della domande è stata fatta circolare tra gli amministratori dei gruppi per raccogliere spunti e proposte di possibili questioni da mettere a tema. Dopo un primo turno di consultazione, i ricercatori hanno quindi finalizzato il questionario, che è stato poi pre-testato in modalità *face to face* con alcuni degli amministratori prima di essere somministrato. Per la somministrazione, si è usato il software Qualtrics.

Il questionario è stato organizzato in 10 sezioni e i rispondenti potevano seguire due differenti percorsi a seconda che sentissero di appartenere o meno a un gruppo. Al secondo gruppo sono state somministrate meno domande (Tab. 3).

Tab. 3 - Sezioni del questionario per percorso

	Percorso 1 “Senso di appartenenza”	Percorso 2 “No senso di appartenenza”
Inizio	X	X
Informazioni sociodemografiche	X	X
Rapporto con la tecnologia	X	X
Prima della social street	X	
Con la social street	X	
Capitale sociale	X	X
Percezione	X	X*
Attaccamento-appartenenza	X	
Aspettative e futuro della social street	X	X*
Conclusione	X	X
Numero totale domande	73	48
* = parzialmente		

Fonte: Osservatorio sulle Social Street.

La popolazione di riferimento del questionario erano tutti gli iscritti ai gruppi Facebook Social Street di Milano e Provincia, oltre alla città di Mantova. Unico requisito era di essere iscritti ad almeno uno di questi gruppi. Grazie al monitoraggio mensile effettuato dall'Osservatorio stimiamo che al momento della rilevazione dei dati, avvenuta tra il 22 luglio 2015 e il 23 ottobre 2015, gli iscritti ai gruppi fossero complessivamente 20.000 (tenendo conto, tuttavia, che molti sono iscritti a più di un gruppo).

Il questionario è stato pubblicato sui gruppi previa autorizzazione degli amministratori da Cristina Pasqualini, coordinatrice dell'Osservatorio. Diversi reminders sono stati pubblicati a intervalli di circa 2-3 settimane per stimolare la compilazione.

I dati sono stati trattati e analizzati da Angelica Maineri tramite il software SPSS, utilizzando sintassi che rendono replicabili tutte le operazioni svolte.

In totale, 767 persone hanno iniziato a compilare il questionario, ma solo 451 (58,8%) lo hanno completato fino all'ultima pagina. Degli iniziali 767 rispondenti, 149 sono stati esclusi dalle analisi in quanto non avevano indicato di essere iscritti ad alcuna social street (118 rispondenti) o non avevano selezionato alcun percorso (31 rispondenti). Nel primo caso i rispondenti non rientravano nella popolazione di riferimento, nel secondo invece la mancata selezione di una risposta alla domanda determinante il percorso ha portato alla conclusione prematura del questionario.

### **Netnografia e analisi del contenuto**

Per l'osservazione etnografica dei gruppi Facebook, sei ricercatori sono stati impegnati tra novembre 2015 e febbraio 2016 ad osservare gli scambi online avvenuti in tutto il 2015 nei gruppi selezionati. Inizialmente sono stati selezionati 22 gruppi, ovvero i gruppi ritenuti più attivi (in termini di scambi online) in ogni Municipio di Milano, di modo da coprire tutto il territorio. A ogni ricercatore sono stati attribuiti dei gruppi, e in caso il ricercatore non fosse già membro del gruppo è stato necessario fare domanda di accesso. Dato che in due casi l'accesso è stato negato, le due social street sono state escluse. Sono quindi stati osservati i restanti 20 gruppi, che per ragioni di privacy non nominiamo.

Principalmente si sono svolte due attività di ricerca online. Attraverso la netnografia, ovvero l'osservazione etnografica di un ambiente virtuale, ogni ricercatore ha raccolto note osservative in cui post esemplari o avvenimenti ritenuti importanti venivano registrati. Queste note sono state poi usate per creare delle sintesi che raccogliessero le informazioni principali su ogni gruppo, così da facilitare le analisi della seconda azione di ricerca, ovvero l'analisi dei contenuti – o *content analysis*. In questo caso, con l'ausilio di

una griglia ideata dai ricercatori e validata attraverso un pretest, si sono categorizzati tutti i post scambiati nei 20 gruppi nel corso del 2015 (13.601 post in totale). Le tabelle così ottenute sono state poi analizzate in termini descrittivi. Analisi dei contenuti e note osservative sono state condotte in contemporanea, anche a causa della difficoltà di scorrere i post indietro nel tempo su Facebook.

Dal momento che quest'azione di ricerca non è stata espressamente autorizzata dagli amministratori dei gruppi (sebbene, laddove interrogati, la ragione della presenza sui gruppi sia stata esplicitata), il capitolo del libro che riporta le analisi di questi dati non contiene alcun riferimento a post specifici tanto meno ai gruppi presi in esame – pur rendendosi in certi casi necessario descrivere brevemente il contesto.

### **Passeggiate etnografiche**

Durante le principali feste di strada, organizzate dalle social street di Milano nel periodo 2014-2017 a cui i ricercatori dell'Osservatorio hanno preso parte, sono state raccolte informazioni sul campo, mediante l'osservazione partecipante, le interviste etnografiche, video e fotografie. Per questioni di privacy si è scelto di non pubblicare in questo lavoro le foto delle attività delle social street reperite sia online che offline.

### **Tavoli partecipati**

Nel 2015 il Comune di Milano ha avviato dei tavoli partecipati a cui sono state invitate le social street, per avviare un confronto che ha portato nel 2016 all'Albo dei gruppi informali, a cui le social interessate possono iscriversi per stipulare dei patti di collaborazione con la Pubblica

Amministrazione. L'Osservatorio, nella figura di Cristina Pasqualini, ha preso parte agli incontri, seguendo tutto l'iter dei lavori.

## Bibliografia e sitografia

### Bibliografia

Agostini, A. - De Nardis, A.

2013 *La tua reputazione su Google e i social media*, Hoepli, Milano.

Agustoni, A.

2003 *I vicini di casa. Mutamento sociale, convivenza interetnica e percezioni urbane nei quartieri popolari di Milano*, FrancoAngeli, Milano.

Alberoni, F.

1977 *Movimenti e istituzione*, Il Mulino, Bologna.

Amin, A. - Thrift, N.

2005 *Città. Ripensare la dimensione urbana*, Il Mulino, Bologna.

Augé, M.

1993 *Non-luoghi. Per una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano.

2014 *L'antropologo e il mondo globale*, Raffaello Cortina, Milano.

2015 *Un etnologo al bistrot*, Raffaello Cortina, Milano.

2017 *Un altro mondo è possibile*, Codice Edizione, Torino.

Augé, M. - Pasqualini, C.

2016 *Habiter les villes-monde. (Non/Virtuels/Nouveaux) Lieux et relations*

*sociales*, in “Studi di Sociologia”, n. 4, pp. 303-313.

Balduzzi, P.

2017 *Il bilancio partecipativo: cosa abbiamo imparato finora*, in “Vita e Pensiero”, 5, settembre-ottobre, pp. 64-67.

Bauman, Z.

1999 *La società dell'incertezza*, Il Mulino, Bologna.

2001 *Voglia di comunità*, Laterza, Roma-Bari.

2002 *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari.

Bentivegna, S.

2015 *A colpi di tweet. La politica in prima persona*, Il Mulino, Bologna.

Besozzi, E.

2011 *L'esperienza dell'altro: dai vicini di casa agli stranieri*, in G. Rovati, a cura di, *Uscire dalle crisi. I valori degli italiani alla prova*, Vita e Pensiero, Milano, pp. 231-264.

Bianchetti, C. (a cura di)

2014 *Territorio della condivisione. Una nuova città*, QuodLibet Studio, Macerata.

Bichi, R.

2016 *I giovani europei e l'atteggiamento verso l'immigrazione*, in Istituto Giuseppe Toniolo (a cura di), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto Giovani 2016*, il Mulino, Bologna, pp. 125-155.

2017 *I Millennials e gli stranieri: primi risultati di un'indagine biografica*, in Caritas e Migrantes (a cura di), *XXVI Rapporto Immigrazione 2016. Nuove generazioni a confronto*, Tau Editrice, Todi, pp. 206-216.

Bichi, R. (a cura di)

2008 *La distanza sociale. Vecchie e nuove scale di misurazione*, FrancoAngeli, Milano.

Bronzini, M.

2014 *Nuove forme dell'abitare. L'housing sociale in Italia*, Carocci, Roma.

Bruni, L.

2010 *L'ethos del mercato. Un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Bruno Mondadori, Milano.

Buchanan, M.

2003 *Nexus. Perché la natura, la società, l'economia, la comunicazione funzionano allo stesso modo*, Mondadori, Milano.

Cabitza, F. - Scramaglia, E. - Cornetta, D. - Simone, C.

2016 *When the web supports communities of place: the "Social Street" case in Italy*, in "International Journal of Web Based Communities", vol. 12, n. 3, pp. 216-237.

Carrà, E. - Pavesi, N.

2015 *Come promuovere interventi per e con le famiglie: una ricerca-intervento in Friuli Venezia Giulia*, in G. Moro e A. Bassi (a cura di), *Politiche sociali innovative e diritti di cittadinanza*, FrancoAngeli, Milano, pp. 223-237.

Cesareo, V. (a cura di)

1974 *Socializzazione e controllo sociale. Una critica alla concezione dell'uomo ultrasocializzato*, FrancoAngeli, Milano.

2007 *La distanza sociale. Una ricerca nelle aree urbane italiane*, FrancoAngeli, Milano.

2017 *Welfare responsabile*, Vita & Pensiero, Milano.

Collaboriamo.org - TRAILab

2016 *Sharing economy. La mappatura delle piattaforme italiane 2016*, a cura di M. Mainieri e I. Pais, Report, [www.collaboriamo.org](http://www.collaboriamo.org)

Corradi, V. - Tacchi, E. M. (a cura di)

2012 *Nuove società urbane. Trasformazioni della città tra Europa e Asia*, FrancoAngeli, Milano.

Delpini, M.

2017 *Per un'arte del buon vicinato*, Casa editrice ambrosiana, Milano.

Donati, P.

2011 *I beni relazionali: sale della democrazia*, in P.P. Portinaro (a cura di), *L'interesse dei pochi, le ragioni dei molti*, Einaudi, Torino, pp. 175-189.

Durkheim, E.

1971 *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano.

Folgheraiter, F.

2007 *La logica sociale dell'aiuto. Fondamenti per una teoria relazionale del welfare*, Erickson, Trento.

2012 *Sorella crisi*, Erickson, Trento.

Glaser, E.

2013 *Il trionfo della città*, Bompiani, Milano.

Godbout, J. T.

1993 *Lo spirito del dono*, Bollati e Boringhieri, Torino.

Granovetter, M.

1996 *La forza dei legami deboli e altri saggi*, Liguori, Napoli.

Guidotti, F.

2013 *Ecovillaggi e cohousing*, Terra Nuova Edizioni, Firenze.

Hessel, S.

2011 *Indignatevi!*, Add editore, Torino.

2013 *Non arrendetevi!*, Passigli Editore, Firenze.

Hessel, S. – Morin, E.

2012 *Il cammino della speranza*, Chiarelettere, Milano.

Hopkins, R.

2013 *The power of just doing stuff. How local action can change the world*,

UIT/Green book, Cambridge.

HousingLab

2017 *Abitare collaborativo in Italia, stato dell'arte. Risultati della mappatura a livello nazionale*, Report, [www.housinglab.it](http://www.housinglab.it)

Introini, F.

2007a *La distanza sociale. Dimensioni teoriche e attualità di un concetto classico*, in "Studi di Sociologia", 45, pp. 9-29.

2007b *Comunicazione come partecipazione. Tecnologia, rete e mutamento socio-politico*, Vita e Pensiero, Milano.

2017 *Un mondo aperto. Itinerari nella sociologia della complessità*, FrancoAngeli, Milano.

Introini, F. - Pasqualini, C.

2014 *I giovani e l'Europa*, in Istituto Giuseppe Toniolo (a cura di), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto Giovani 2014*, Il Mulino, Bologna, pp. 123-155.

2016 *Connected Proximity. "Social Streets" Between Social Life and New Forms of Activism*, in F. Antonelli (a cura di), *NET-ACTIVISM. How digital technologies have been changing individual and collective actions*, Roma Tre Press, Roma, pp. 117-125.

2017 *I Millennials. Generazione social?*, in Istituto Giuseppe Toniolo (a cura di), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto 2017*, Il Mulino, Bologna, pp. 121-156.

ISTAT

2016 *Bes 2016. Il Benessere equo e sostenibile in Italia*, Report, [www.istat.it](http://www.istat.it)

La Cecla, F.

2011 *Mente locale. Per un'antropologia dell'abitare*, Elèuthera, Milano.

2013 *Contro l'urbanistica*, Einaudi, Torino.

Landi, A.

2015 *Una società low-carbon in costruzione. Elementi di teoria e pratiche della transizione sostenibile*, FrancoAngeli, Milano.

Làszlò Barabási, A.

2004 *Link. La scienza delle reti*, Einaudi, Milano.

Latouche, S.

2007 *Breve trattato sulla decrescita serena*, Bollati Boringhieri, Torino.

Lavanco, G. - Romano, F.

2010 *Una comunità che pone al centro le domande. Ricostruire uno spazio*

“comune” fra i cittadini, in “Animazione sociale”, 241, pp. 24-32.

Lefebvre, H.

2014 *Il diritto alla città*, Ombre Corte, Verona.

Lietaert, M.

2007 *Cohousing e condomini solidali*, Terra Nuova Edizioni, Firenze.

Macionis J. J. - Parrillo, V.

2014 *Prospettive urbane. Un approccio sociologico e multidisciplinare*, Pearson, Milano.

Mainieri, M.

2013 *Collaboriamo! Come i social media ci aiutano a lavorare e a vivere bene in tempo di crisi*, Hoepli, Milano.

Mauss, M.

1965 *Saggio sul dono*, Einaudi, Torino.

Milgram, S.

1967 *The small world problem*, in “Psychology Today”, 1 (May), pp. 61-67.

1969 *An Experimental Study of the Small World Problem*, in “Sociometry”, volume 32, Issue 4, pp. 425-443.

Mora, E. - Pais, I.

2015 *Sharing economy: non è tutto condivisione*, “Vita e Pensiero”, n. 3, pp. 46-53.

Morin, E. - Kern, A.B.

1994 *Terra-Patria*, Raffaello Cortina, Milano.

Multiplicity.lab

2007 *Milano. Cronache dell'abitare*, Bruno Mondadori, Milano.

Nuvolati, G.

2013 *Innovazione sociale, partecipazione e social street*, in "EYESREG", vol. 4, n. 5.

Origgi, G.

2016 *La reputazione. Chi dice che cosa di chi*, Università Bocconi Editore, Milano.

Pais, I.

2016 *I giovani tra collaborazione e condivisione. Il caso EXPO 2015*, in Istituto Giuseppe Toniolo (a cura di), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto 2016*, il Mulino, Bologna, pp. 215-233.

Pais, I. - Mazzucotelli Salice, S.

2017 *Sharing Economy as an Urban Phenomenon: Examining Policies for Sharing Cities*, in P. Meil e V. Korov (a cura di), *Policy implications of virtual work*, Springer, pp. 199-228.

Pasqualini, C.

2016 *Una nuova cultura della socialità: la sfida delle social street a Milano*, in Fondazione Ambrosianeum (a cura di), *Rapporto sulla città di Milano 2016*, FrancoAngeli, Milano, pp. 191-206.

2017a *Il quartiere del Terzo Millennio: le social street a Milano e provincia*, in D. Bidussa e E. Polizzi (a cura di), *Agenda Milano. Ricerche e pratiche per una città inclusiva*, Fondazione Feltrinelli, Milano, pp. 80-90.

2017b *Le social street: luoghi (tra reale e virtuale) in cui si realizza l'inclusione sociale sui territori*, in Caritas e Migrantes (a cura di), *XXVI Rapporto Immigrazione 2016. Nuove generazioni a confronto*, Tau Editrice, Todi, pp. 344-354.

2017c *Vicini di casa social(i): il fenomeno (made in Italy) delle social street*, in "Studi di Sociologia", XXXX, n. X, pp. 1-22, first published online 29.11.2017.

Pasqualini, C. - Rosina, A.

2017 *La mobilità all'estero dei Millennials italiani e lo scenario post Brexit*, in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2017*, Tau Editrice, Roma, pp. 138-146.

Putnam, R.

2004 *Capitale sociale e individualismo*, Il Mulino, Bologna.

Rifkin, J.

2014 *La società a costo marginale zero*, Mondadori, Milano.

Rovati, G. (a cura di)

2011 *Uscire dalle crisi. I valori degli italiani alla prova*, Vita e Pensiero, Milano.

Sampieri, A. (a cura di)

2011 *L'abitare collettivo*, FrancoAngeli/Urbanistica, Milano.

Sapio, A. (a cura di)

2010 *Famiglie, reti familiari e cohousing. Verso nuovi stili del vivere, del convivere e dell'abitare*, FrancoAngeli, Milano.

Sennett, R.

2012 *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione*, Feltrinelli, Milano.

Schuler, D.

1996 *New Community Networks. Wired for Change*, Addison Wesley.

Simmel, G.

1996 *La metropoli e la vita dello spirito*, (or. 1903), Armando, Roma.

Tacchi, E.

2010 *La distanza sociale. Milano e i ghetti virtuali*, FrancoAngeli, Milano.

Tonnies, F.

2011 *Comunità e società*, Laterza, Roma-Bari.

Touraine, A.

2017 *Noi, soggetti umani. Diritti e nuovi movimenti nell'epoca postsociale*, Il Saggiatore, Milano.

Watts, D. - Strogatz, S.

1998 *Collective dynamics of "small world" networks*, in "Nature", vol. 393, 4 june.

Weber, M.

1999 *Economia e società. II. Economia e tipi di comunità*, Edizioni di Comunità, Milano.

2014 *La città*, PGreco Edizioni, Milano.

Zamagni, S.

2007 *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma.

2014 *Economia ed etica. La crisi e la sfida dell'economia civile*, La Scuola, Brescia.

### **Sitografia**

Alle diciotto, <http://www.allediciotto.com/>

Collaboriamo.org, [www.collaboriamo.org](http://www.collaboriamo.org)

FirstLife, <https://www.firstlife.org/>

Housing Lab, [www.housinglab.it](http://www.housinglab.it)

Italy Giving Report, <http://www.vita.it/it/article/2017/01/07/il-giving-italy-targato-vita-il-rapporto-annuale-sulle-donazioni-degli/142073/>

Nextdoor, <https://nextdoor.com/>

Rete Italiana dei Villaggi Ecologici (RIVE), <http://ecovillaggi.it>

Social Street International, [www.socialstreet.it](http://www.socialstreet.it)

StreetBank, <https://www.streetbank.com>

StreetLife, <https://streetlife.com/>

TocTocDoor, <https://www.toctocdoor.com/>

Transition Town Italia, <http://transitionitalia.it/>

Vicini di casa, <http://www.vicinidicasa.co/#/>

## Gli autori

**Marc Augé**, antropologo francese. Noto per le sue ricerche in Africa occidentale, è passato poi ad occuparsi di un'antropologia dei mondi contemporanei e della dimensione globale e cosmopolita che accomuna i popoli coloniali e l'Occidente. Già directeur d'études presso l'École des Hautes Études en Science Sociales di Parigi, è tra i pensatori più significativi dell'antropologia contemporanea. Autore di numerosi studi e ricerche, sul tema delle social street, con Cristina Pasqualini, ha pubblicato *Habiter les villes-monde. (Non/Virtuels/Nouveaux) Lieux et relations sociales*, in «Studi di Sociologia», n. 4, 2016.

### Ricercatori dell'Osservatorio sulle Social Street

**Cristina Pasqualini**, ricercatore confermato in Sociologia generale, docente di Sociologia dei fenomeni collettivi, Laboratorio di ricerca sociale III (due moduli: Tecniche dell'intervista non-standard) e Metodi per la ricerca sociale (Tecniche qualitative) presso l'Università Cattolica di Milano, per le attività di ricerca afferisce al Dipartimento di Sociologia presso lo stesso Ateneo. Dal 2011 collabora con l'Osservatorio Giovani dell'Istituto Giuseppe Toniolo, dal 2014 con la Fondazione Migrantes, dal 2016 con la Pastorale Giovanile FOM e il Centro Diocesano Vocazioni della Diocesi di Milano. Nel 2014 ha avviato e coordina l'Osservatorio sulle Social Street. Nel

2017 ha fondato una social street a Milano. Autrice di un volume scritto con Edgar Morin e numerosi studi sulla condizione giovanile, sul tema delle social street ha pubblicato diversi articoli e saggi in volumi nazionali e internazionali. Soltanto nel 2017 sono usciti: (con F. Introini) *Connected Proximity. "Social Streets" Between Social Life and New Forms of Activism*, in F. Antonelli (a cura di), *NET-ACTIVISM. How digital technologies have been changing individual and collective actions*, Roma Tre Press, Roma; *Il quartiere del Terzo Millennio: le social street a Milano e provincia*, in D. Bidussa e E. Polizzi (a cura di), *Agenda Milano. Ricerche e pratiche per una città inclusiva*, Fondazione Feltrinelli, Milano; *Le social street: luoghi (tra reale e virtuale) in cui si realizza l'inclusione sociale sui territori*, in Caritas – Migrantes (a cura di), *XXVI Rapporto Immigrazione 2016. Nuove generazioni a confronto*, Tau Editrice, Todi; *Vicini di casa social(i): il fenomeno (made in Italy) delle social street*, in «Studi di Sociologia», Online first.

**Fabio Introini** è ricercatore in Sociologia presso la Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica di Milano, dove insegna Teorie e forme del mutamento sociale, Sociologia Generale, Sociologia della convivenza interetnica (presso la sede di Brescia dello stesso Ateneo). Collabora con l'Istituto Giuseppe Toniolo nell'ambito delle attività di ricerca che fanno capo all'Osservatorio Giovani e con la Fondazione ISMU di Milano. I suoi interessi di ricerca convergono sulla tematica del mutamento sociale e culturale, al quale ha dedicato studi teorici, approfondendo il tema della complessità nelle scienze sociali, e ricerche empiriche, dedicate in particolare alla generazione dei Millennials. È autore della monografia *Un mondo aperto. Itinerari nella sociologia della complessità* (FrancoAngeli 2017) e di numerosi saggi ed articoli dedicati al pensiero di Bruno Latour e alla condizione giovanile (con particolare riferimento all'ambito della

comunicazione e della religiosità).

**Giusy Labita**, dottoressa in Politiche Pubbliche. Tutor di gruppo del corso di Sociologia presso la Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

**Angelica Maineri** è ricercatrice junior presso il Dipartimento di Sociologia all'Università di Tilburg, Paesi Bassi, dove lavora per l'*European Values Study*. Ha iniziato a interessarsi alle Social Street durante la stesura della sua tesi di laurea triennale, intitolata *Condividere. Nuove forme dell'abitare* e discussa presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano nel 2014. È fondatrice di una Social Street a Milano.

**Niccolò Morelli**, dottorando dal 2016 in Sociologia e Ricerca Sociale presso l'Università di Bologna. Il suo progetto di dottorato si incentra sul fenomeno delle Social Street con lo studio di tre contesti territoriali: Milano, Bologna e Roma, dopo aver approfondito il caso bolognese nella Tesi di Laurea Magistrale [*Il fenomeno delle Social Street: lo studio del caso bolognese*, 2016]. I suoi interessi di studio sono la sociologia urbana e la governance delle città. Dal 2016 coordina l'Osservatorio sui consumi alimentari, fondato insieme ad alcuni compagni del corso di Laurea Magistrale, vincendo il secondo premio al convegno "Giovani e latte" sul tema dei nuovi stili di consumo diffusi tra i giovani in Italia.

**Claudia Tagliabue**, dottoranda di ricerca in Sociologia Organizzazioni e Culture presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, fa parte del Gruppo di Ricerca in Relational Social Work, nella stessa Università è anche docente a contratto e tutor. Come dottoranda focalizza le proprie ricerche sui temi dell'integrazione dei richiedenti asilo e titolari di protezione

internazionale e della memoria. Ha preso parte dal 2010 a esperienze di giustizia riparativa. Assistente sociale, con un'esperienza di più di sei anni nella tutela minorile, attualmente lavora in un centro di accoglienza SPRAR.

**Anita Verlato**, studentessa in Comunicazione per le organizzazioni e le imprese presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, si è laureata in Scienze dei fenomeni sociali e dei processi organizzativi nell'anno 2013/2014 presso lo stesso Ateneo con la tesi *Social Street: la risposta dei vicini collaborativi alla frammentazione sociale*.

### **Collaboratori dell'Osservatorio sulle Social Street**

**Nicoletta Pavesi**, ricercatore confermato in Sociologia dei processi culturali e comunicativi, docente di Sociologia applicata (con moduli di Sociologia della famiglia e Sociologia della devianza) e di Sociologia della Salute e della Famiglia presso l'Università Cattolica di Milano e Brescia, afferisce alle attività di ricerca al Dipartimento di Sociologia presso lo stesso Ateneo. I suoi interessi di studio e ricerca riguardano principalmente le politiche e i servizi sociali, la progettazione e la valutazione partecipata, la partecipazione dei cittadini e delle famiglie alla produzione di welfare, il fenomeno migratorio con una particolare attenzione ai minori stranieri non accompagnati e alle buone pratiche di accoglienza e integrazione.

**Martina Del Soldato**, laureanda in Scienze dei Fenomeni sociali e dei processi organizzativi presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha acquisito un attestato di Comunicatore del welfare territoriale con l'utilizzo di Arcgis rilasciato da Regione Lombardia, ha in attivo una esperienza di Servizio civile nazionale Area Anziani e Disabili, Settore servizi sociali ed educativi, svolto nel Comune di Cinisello Balsamo.

**Elisa Dossena**, laureata LM in Politiche Europee ed Internazionali all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, con la tesi *Forme emergenti di socialità: il vicinato collaborativo delle Social Street*, nell'anno accademico 2014/2015. Consigliera Comunale eletta nel Comune di Piadena (Cr) dal 2014.