

COMPRENDERE

Progetto editoriale a cura di Comin & Partners. Novembre 2024 Numero 5

**Dove
eravamo
Come
saremo**

**TRA POLITICA E CRISI
DELLE DEMOCRAZIE**

**IL GIORNALISMO
E I SUOI DERIVATI**

**VIENI, C'È UNA SFIDA
NEL MONDO**

**HO MESSO LIKE
MA NON SO PERCHÉ**

**QUESTIONE DI FEDE,
ANIMA DEL DOMANI**

**LE FRONTIERE
DELL'INNOVAZIONE**

**LE EVOLUZIONI
DEL LINGUAGGIO**

**PIÙ SANI, PIÙ SERENI,
QUESTA È LA RICETTA**

**I DOLCI STIL NUOVI
CONTRO LE AMAREZZE**

**QUESTA CASA
SARÀ UN ALBERGO**

**Dove eravamo
Come saremo**

COMPRENDERE

COMPRENDERE

Rivista quadrimestrale
N.5 - Novembre 2024

Rivista iscritta al n. 113/2023
del Registro della Stampa
del Tribunale di Roma

Numero chiuso in redazione
l'8 novembre 2024

Rivista distribuita gratuitamente
in edizione limitata

Palazzo Guglielmi
Piazza dei SS. Apostoli 73
00187 Roma
T+39 06 89169407

Galleria San Fedele
Via Agnello 20
20121 Milano
T+39 02 87042400

Bruxelles
c/o MUST & Partners
Rue Montoyer, 1
1000 Brussels (Belgium)
T (+32) 2 50 24 960

Sede legale
Via Giorgio Vasari 14
00196 Roma



Coordinatore Scientifico
GIULIO SAPELLI

Direttore Editoriale
GIANLUCA COMIN

Direttore Responsabile
LELIO ALFONSO

**Art Director e
Coordinatore di Redazione**
ELISA RUSSO

Comitato Editoriale
GIULIO SAPELLI
GIOVANNI CASTELLANETA
GIANLUCA COMIN
ELENA DI GIOVANNI
GIANLUCA GIANSANTE
LELIO ALFONSO
FEDERICO FABRETTI

Redazione
ALESSANDRO ANTONELLI
FAUSTO FIORIN
VALERIO GRECO
BEATRICE PECCHIARI
ELISA RUSSO
ANDREA VALLONE

Graphic Design
TIZIANO GROSSI

Stampa
LITOSTAMPA VENETA S.R.L.



Indice

La macchia umana di PHILIP ROTH	7	TRA POLITICA E CRISI DELLE DEMOCRAZIE	
Perché questo numero di “Comprendere” di GIULIO SAPELLI	8	Le mie radici di ALDA MERINI	35
Guardare al passato per anticipare il domani di GIANLUCA COMIN	10	La sfiducia, combustibile del populismo di MATTIA FERRARESI	36
Dove eravamo, come saremo Dialogano G. COMIN, E. DI GIOVANNI, G. GIANSANTE, L. ALFONSO, F. FABRETTI	13	Il fragile equilibrio delle istituzioni moderne di LORENZO CASTELLANI	40
Un mondo senza filosofia GIULIO SAPELLI dialoga con FRANCESCO GIUBILEI	20	IL GIORNALISMO E I SUOI DERIVATI	
		Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale di BYUNG-CHUL HAN	45
		La sfida della qualità nell’era della velocità di MASSIMO BERNARDINI	46
		Dai podcast al giornalismo sul campo intervista a CECILIA SALA a cura di FRANCESCO ROMANO	50
		VIENI, C’È UNA SFIDA NEL MONDO	
		Angina Pectoris di NAZIM HIKMET	55
		Ambasciatore porta speme di GIOVANNI CASTELLANETA	56
		Il mondo che verrà? Sarà multicaotico di ANDREA MURATORE	60
		HO MESSO LIKE MA NON SO PERCHÉ	
		La fattoria degli animali di GEORGE ORWELL	63
		Se il consenso dura il tempo di un post di LUIGI DI GREGORIO	64
		In Media stant mundi intervista a VIRGINIA STAGNI a cura di BEATRICE PECCHIARI	68

**QUESTIONE DI FEDE,
ANIMA DEL DOMANI**

Senza radici 73
di MARCELLO PERA e JOSEPH RATZINGER

**I tanti volti della religiosità
contemporanea** 74
del CARDINALE GIANFRANCO RAVASI

La Chiesa nel tempo del domani 78
di TOMMASO CAPPELLI

**I DOLCI STIL NUOVI
CONTRO LE AMAREZZE**

Per distrarsi dal tempo 113
di PATRIZIA CAVALLI

Dimmi cosa compri e ti dirò chi sei 114
di FABIANA GIACOMOTTI

**Il lusso del domani: un'esperienza
fatta a mano** 120
di JACOPO ASCARI

**LE FRONTIERE
DELL'INNOVAZIONE**

**Quando abbiamo smesso di capire
il mondo** 83
di BENJAMÍN LABATUT

Fate spazio allo Spazio 84
di UMBERTO GUIDONI

Dalla Terra alla Luna 88
di DAVIDE PETRILLO

**To the moon and back:
dare per avere** 89
di VIRGINIA DI BIAGIO MISSAGLIA

QUESTA CASA SARÀ UN ALBERGO

Naturale sconosciuto 125
di MARIANGELA GUALTIERI

Less aesthetics, more ethics. 126
Un invito sempreverde

di MASSIMILIANO e DORIANA FUKSAS
**Dal camino allo schermo: l'abitare
del futuro** 130
di PABLO MOLEZÚN

LE EVOLUZIONI DEL LINGUAGGIO

Fitter Happier 91
dei RADIOHEAD

La lingua batte dove l'emoji vuole 92
di MASSIMO BIRATTARI

Quando la scrittura si fa immagine 96
intervista a PIETRO TERZINI a cura
di ELISA RUSSO

**PIÙ SANI, PIÙ SERENI,
QUESTA È LA RICETTA**

Serotonina 103
di MICHEL HOUELLEBECQ

Dal One Health alla salute circolare 104
di ILARIA CAPUA

**Il benessere è un diritto, ma anche
un dovere** 108
di PAOLO PARENTE





La macchia umana

Philip Roth

Fu circa a metà del suo secondo semestre come professore a tempo pieno che Coleman pronunciò la parola destinata a incriminarlo e a spingerlo a troncare volontariamente tutti i rapporti con l'università: l'unica parola autoincriminante dei molti milioni di parole pronunciate ad alta voce nei suoi anni d'insegnamento e di amministrazione ad Athena, e la parola che, da come Coleman interpretò le cose, portò direttamente alla morte di sua moglie.

Al corso erano iscritti quattordici studenti. All'inizio delle prime lezioni Coleman aveva fatto l'appello per impararne i nomi. Poiché alla quinta settimana del semestre c'erano ancora due nomi che non suscitavano reazioni, la sesta settimana esordì chiedendo: – Qualcuno conosce queste persone? Esistono o sono degli spettri?

Lo stesso giorno, qualche ora più tardi, fu chiamato dal proprio successore, il nuovo preside di facoltà, e scoprì, meravigliato, di dover rispondere all'accusa di razzismo rivoltagli dai due studenti mancanti, che per caso erano neri e che, sebbene assenti, erano venuti a sapere della locuzione con cui Coleman aveva pubblicamente sollevato il problema della loro assenza. Coleman disse al preside: «Alludevo al loro possibile carattere ectoplasmico. Non è ovvio? Questi due studenti non avevano assistito a una sola lezione. Non sapevo altro di loro. Usano la parola nel suo significato abituale e primario: "spettro" come spirito o fantasma. Non avevo idea del colore che poteva avere la pelle di questi due ragazzi. Ho imparato, forse cinquant'anni fa, ma poi completamente dimenticato, che "spettro" è un termine offensivo applicato ogni tanto ai neri. Altrimenti, dato che sto molto attento alla suscettibilità degli studenti, non avrei mai usato quella parola. Considera il contesto: esistono o sono degli spettri? L'accusa di razzismo è falsa. È assurda. I miei colleghi sanno che è assurda e i miei studenti sanno che è assurda.

Perché questo numero di “Comprendere”

Giulio Sapelli



Il mondo ha subito negli ultimi dieci anni tante profonde trasformazioni che hanno tutte un segno distintivo: improvvisamente catene di relazioni tra merci, persone, tecnologie e sistemi di riconoscimento culturale, antropologico, che parevano collaudate da sempre e per sempre, si sono interrotte, con il blocco intermittente dei flussi della vita umana associata. Quella vita umana minacciata di contaminazione, privata tanto della distribuzione di macchine per la produzione di macchine, quanto impedita della capacità di transito attraverso plessi strategici per il commercio mondiale: è la continuità stessa del vivere che si è vista e si vede minacciata da avversità pandemiche e naturali e guerre di ogni genere.

È coraggioso, in un simile contesto, fermarsi e chiedere a molti di coloro che lavoravano al continuo rinnovarsi dell’essere e che creano così la foresta rigogliosa e minacciata della vita, è coraggioso chiedere Loro, di interrompere per un momento il lavoro e interrogarsi su che cosa sia cambiato in questo mondo – tra ieri e oggi – in questi ultimi dieci anni così densi di trasformazioni. Che poi questo fermarsi e questo periodizzare trovi un punto di appoggio nella vicenda ormai decennale di una avventura intellettuale, prima che economica, come Comin & Partners non è casuale. E non è casuale che tale avventura inizi quando il decennio ha un plesso significativo di cambiamento epocale.

Per questo pare pertinente e necessario, ora che siamo giunti al quinto numero di **COMPREDERE**, dedicare un lavoro di riflessione collettiva al tema della trasformazione in corso tra il passato, il presente e il futuro: sì, il tempo che passa e che segna l’avvento del futuro, in quel continuo presente che – come ci insegnava Sant’Agostino – è il nostro destino, tra ricordo, riflessione e memoria, speranza e immaginazione...

E abbiamo voluto che questa riflessione fosse costruita attraverso un rapporto tra diverse generazioni attraverso gli autori che su questo numero scrivono.

Sono tempi terribili. Tempi di un orrore che pensavamo fosse dietro di noi e che invece è ritornato per non finire presto. La storia ci chiama a prove gigantesche. Per questo il filo della comprensione e della relazione sociale non si deve spezzare, anche se pare che, invece, possa accadere ogni momento. Per questo abbiamo lavorato a questo nuovo numero di “Comprendere”.

Nessuno meglio del Mario Luzi della maturità poteva rappresentare il nostro lavoro e il nostro intendere:

*“Qui il filo si spezza.
Non cedimento dell’anima, solo stanchezza dello scriba –
mi dico – o ne mormora una voce
lontana da sotto i rimasugli, lingue ultime schioccanti, di ghetto in fiamme.
Stanchezza di lui guardato a vista con papiri e carte
dal suo sosia l’ardente matematico
seduto nello scranno accanto in penombra
o da altri, anche più impenetrabili, dalla faccia di quisling.
Conosco questi testimoni e giudici. Quei giustizieri. Prevarranno?
Non prevarranno – mi dice la mia anima fatta anima”*

Mario Luzi, *Su fondamenti invisibili*

Guardare al passato per anticipare il domani

Gianluca Comin

Questo numero di “Comprendere”, dedicato al decennale di Comin & Partners, vuole offrire ai lettori uno sguardo sul recente passato (i dieci anni passati, appunto) e uno sul prossimo futuro. Abbiamo affidato queste analisi temporali a esperti, giovani e meno giovani in una alternanza che credo possa essere interessante.

D'altra parte anche Comin & Partners è un esempio imprenditoriale che unisce l'esperienza dei partner fondatori con la freschezza e la forza di decine di giovani neolaureati o poco più che lavorano o hanno lavorato con noi.

In questi dieci anni, infatti, il nostro obiettivo è stato molto più che creare un'agenzia di comunicazione e lobby. La sfida è stata dare vita a una comunità viva, fatta di persone, soprattutto giovani, con cui abbiamo esplorato nuovi orizzonti, mescolando competenze, intuizioni e, soprattutto, energia.

I dieci temi scelti rappresentano questioni cruciali che ci toccano tutti: dalla crisi delle democrazie globali all'evoluzione della comunicazione, fino alle frontiere dell'innovazione e al nostro rapporto con la natura. Con queste riflessioni, “Comprendere” si fa interprete del nostro impegno a leggere e anticipare i cambiamenti, una piattaforma dove cultura, società e professioni si incontrano in un dialogo autentico e arricchente.

A ciascuno di voi – che tenete tra le mani questa rivista – voglio dire grazie. Questo decennale è solo l'inizio di un nuovo capitolo, una fonte di ispirazione che ci spinge a continuare a innovare e crescere insieme.







Dove eravamo, come saremo

dialogano **Gianluca Comin,**
Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante,
Lelio Alfonso, Federico Fabretti

**Dieci anni
fa è iniziata
l'avventura
Comin & Partners.
Cosa è cambiato
oggi?**

Gianluca Comin: I valori e le emozioni che ci guidano non sono cambiati. Sono cambiati il mercato, il contesto, le esigenze dei clienti.

Come qualsiasi cosa che richiede manutenzione, anche i nostri valori sono stati costantemente nutriti: una pianta trascurata appassisce, proprio come le relazioni tra le persone, che si mantengono vive solo se alimentate da momenti di condivisione, da una visione comune per il futuro e dalla

capacità di affrontare insieme le difficoltà e risolvere i problemi che emergono.

D'altra parte, come per tutte le aziende, sia grandi che piccole, la missione fondamentale è la crescita. Sin dalla sua nascita, Comin & Partners ha sempre guardato alle opportunità di sviluppo, che possono includere nuovi mercati, strumenti innovativi e servizi che offrono ai clienti un vantaggio competitivo in un ambiente sempre più sfidante.

Dove va il mondo? Come cambia il mestiere del comunicatore?

Gianluca Comin: Non è facile immaginare in che direzione andiamo nel mondo della comunicazione, il nostro è un settore dinamico e imprevedibile. Mentre possiamo prevedere tendenze nell'aerospazio o nell'energia, nella comunicazione ci troviamo di fronte a fattori totalmente intangibili che influenzano i costumi, le aspettative delle persone e persino la politica. Questo rende difficile anticipare come ci relazioneremo in futuro.

Per questo motivo, dobbiamo sviluppare antenne e capacità interpretative che ci permettano di captare segnali deboli e di elaborarli. È fondamentale prestare attenzione agli strumenti e ai trend emergenti, come l'intelligenza artificiale, i social media, la comunicazione informale e la lobby diffusa, che richiederanno un'attenzione particolare. Tuttavia, ho sempre sostenuto che, sebbene gli strumenti siano importanti, ciò che conta di più sono i contenuti. Essi rappresentano il cuore della comunicazione e sono essenziali per trasmettere le idee costruite nel momento giusto. Negli ultimi anni, eventi come guerre e

crisi hanno evidenziato l'importanza di comprendere come cambiano i sentimenti delle persone, quali sono le loro priorità. Per questo credo che la nostra società, con un'età media di 32 anni, incoraggi tutti a esprimere il proprio punto di vista con libertà e fantasia, perché la freschezza di visione e la sensibilità nei confronti dell'opinione pubblica che portano con sé i giovani sono risorse preziose che non possiamo sottovalutare.

Elena Di Giovanni: Se dovessi lasciare un messaggio in una capsula che verrà aperta da qui a 10 anni, mi vengono in mente due parole chiave che ci guideranno nei prossimi anni: "contenuti" e "ambiente". Chi comunichiamo? Comunichiamo le aziende, le istituzioni e le persone e queste devono confrontarsi col mercato e con le sfide ambientali attuali. Non possiamo limitarci a parlare di tecnologie e strumenti senza

approfondire i contenuti che alimentano l'intelligenza artificiale e non possiamo continuare a parlare di ESG senza lasciare una vera *legacy* ai giovani. Nei prossimi dieci anni, vedo una comunicazione radicalmente diversa riguardo a questi due temi, anche legati tra loro: non sarà solo retorica fatta di storytelling e tomi di bilanci di sostenibilità ma piuttosto avrà un approccio pratico e incisivo, caratterizzato da verità e azione. Questo binomio implica anche un recupero del tempo nella comunicazione, per garantire qualità ai contenuti. La rapidità ha il suo valore, specialmente quando si tratta di rispondere a una crisi, ma anche la lentezza – per citare Calvino che nelle sue *Lezioni Americane* fa l'elogio della rapidità che non esclude la lentezza – ha la sua importanza per avere un futuro più sostenibile. E speriamo che l'IA diventi sempre più intelligente e meno artificiale.



Gianluca Giansante: Credo che ci siano tre parole chiave che devono continuare a guidarci per rimanere all'avanguardia nei cambiamenti futuri. La prima è innovazione: dobbiamo saper cogliere le innovazioni utili, non quelle fini a sé stesse, ma quelle che ci consentono di lavorare meglio, più rapidamente e con una qualità superiore, offrendo un valore aggiunto alle persone con cui interagiamo e raggiungendo un pubblico sempre più ampio. Negli ultimi anni, abbiamo già affrontato l'ingresso di piattaforme che sono diventate indispensabili per raggiungere i nostri stakeholder e dovremo sempre cercare di anticipare l'emergere di nuovi strumenti e modalità per ottenere un vantaggio competitivo. La seconda parola è "rispetto", cioè attenzione a tutti gli stakeholder. Questo principio ci ha sempre contraddistinto e continuerà a farlo, soprattutto mentre ci aspettiamo di crescere ulteriormente. Infine, la terza parola è "qualità", perché "solo il bel fare può durare". Credo fermamente che la produzione di prodotti di alta qualità sia essenziale per mantenere la fiducia e la reputazione in un mercato così competitivo e in rapida evoluzione. Penso che nei prossimi dieci anni la comunicazione diventerà sempre più veloce, breve, tecnologica e multimediale. Dobbiamo essere capaci di produrre contenuti rapidamente. La sfida della brevità è significativa, considerando quanto sia difficile esprimere messaggi concisi, ma questa tendenza è ormai consolidata. Inoltre, stiamo assistendo a un cambiamento guidato dalla tecno-



logia, con uno spostamento dall'uso della parola scritta verso un uso predominante di immagini e, sempre più, di video e di contenuti multimediali.

Lelio Alfonso: Prima di tutto, ricordiamoci che non possiamo prevedere con certezza come cambieranno le cose; ed è questa è la sfida più affascinante. Abbiamo già vissuto e testato molte situazioni evolutive. Alcune, basti pensare al metaverso, di cui abbiamo parlato per mesi come del futuro della comunicazione digitale, sono praticamente scomparse. Quando insegnavo all'università, ogni anno dovevo modificare il programma, non perché ci fossero nuovi libri di testo, ma perché il panorama cambiava continuamente: prima è arrivato Facebook, poi Twitter, quindi Instagram e TikTok. E così continuerà ad essere. Insomma, questo scenario complesso aumenta il nostro ruolo come professionisti, in quanto ci impone di interpretare e gestire linguaggi che si intrecciano sempre di più tra giornalismo, informazione, comunicazione e reputazione. Ci

troviamo di fronte a un'enorme quantità di dati, informazioni, immagini e stimoli che richiedono un approccio professionale per essere gestiti efficacemente. Altrimenti, corriamo il rischio di creare una vera e propria Torre di Babele digitale, che potrebbe minacciare e mettere in difficoltà le forme di comunicazione tradizionali, compreso il giornalismo. È nostro dovere, oltre che un nostro obiettivo, riflettere su questi linguaggi, saperli interpretare e comunicarli in modo efficace.

Federico Fabretti: Se penso al nostro ruolo come comunicatori nel raccontare la verità (se esiste ancora il concetto di verità in un'epoca di "post verità"...), mi sento di dire che non credo nella fine di alcuni mezzi di comunicazione, come alcune Cassandre prevedono. Piuttosto, ci sarà una coesistenza sempre più intrecciata e ibrida tra molteplici media. L'intelligenza artificiale avrà un impatto significativo, amplificherà le potenzialità umane su molti aspetti, soprattutto su quelli analitici e rappresentativi. Ma la nostra risposta a questo scenario che cambia sarà tanto più incisiva quanto più saremo veloci ad adattarci, da un lato, ma soprattutto quanto più manterremo "credibilità". Noi costruiamo la realtà di fatti e assistiamo le aziende nel farlo, e la trasmettiamo ai media che la valutano, la verificano e la trasmettono a chi legge e fruisce di queste informazioni. In questo processo la nostra credibilità deve rimanere un presupposto imprescindibile.

Un momento che non scordate di questi dieci anni di Comin & Partners?

Gianluca Comin: Ci sono stati molti momenti emozionanti, significativi e belli in questi dieci anni. Se dovessi elencarne alcuni, il primo è sicuramente quando abbiamo costituito la società, una scelta che per me è stata irreversibile. Fino a quel momento avevo avuto diverse opportunità, ma con la nascita di Comin & Partners ho preso una decisione definitiva, almeno nella mia mente. Un secondo momento è stato il primo *offsite*, a Radicofani, durante il quale abbiamo posto le basi per la crescita della società. Infine, un'esperienza che non scorderò è quando, in pieno agosto del 2018, ho lasciato amici e famiglia e sono andato a Genova, per seguire da vicino la tragedia del crollo del ponte Morandi. È stato un momento di grande impatto, sia per la sua gravità che per l'importanza del lavoro svolto.

Infine, questo momento, alle porte del decimo anniversario, è altrettanto significativo. Quando abbiamo iniziato, non avremmo mai immaginato che il tempo sarebbe passato così in fretta. Siamo cresciuti, passando da 0 a 80 dipendenti, e questo ci riempie di orgoglio.

Elena Di Giovanni: Ricordo un weekend in barca con amici, nei primi di luglio 2014. Un weekend che ha cambiato la mia vita, anche se in quel momento non era chiaro cosa sarebbe nato. Gianluca aveva lasciato Enel e io ero ancora con Sala all'Expo.

Parlammo di fondare una società insieme, lavorammo insieme a un progetto che stava seguendo lui. Rientro da poco dopo vari anni all'estero

potuto realizzare ma Gianluca ha sempre avuto visione. Una volta scesi dalla barca, andai a cercare l'ufficio e trovai Santi Apostoli e pensammo subito a come inserire l'angolo bar in un ufficio di meno di 200 mq.

Guardando indietro, questi anni sono stati un viaggio straordinario e un percorso di apprendimento continuo sia con tutti i soci, sia con i giovani che ci accompagnano.



e conoscevo Gianluca da quando lui aveva iniziato a lavorare in Enel e io alla Biennale di Venezia. Non ero pienamente consapevole del potenziale che avevamo e di quello che avremmo

Gianluca Giansante: Ricordo un caffè da Donay, anni dopo rispetto a quando avevo conosciuto Gianluca Comin, in occasione di una festa Enel dove spritz e sigari non mancavano! Ma sono due i

momenti a cui sono più legato: il primo è la nostra primissima riunione, quando non avevamo ancora un ufficio e ci appoggiavamo in una piccola stanza di uno studio legale. Senza una sede stabile, cominciamo a gettare le basi per un approccio strategico, come l'evento Tweet Politics: un progetto che già dimostrava la nostra attenzione verso gli stakeholder, la tecnologia e la voglia di innovare.



Il secondo momento è stato l'inaugurazione del nostro ufficio in piazza Santi Apostoli. È stato un evento che ci ha fatto realizzare quanto fossimo riusciti a fare in così poco tempo. Grazie alla pre-

senza di tantissimi amici, l'inaugurazione è stata molto partecipata, piena di affetto. Porto con me quell'immagine della nostra capacità di costruire relazioni solide, basate sulla fiducia e sulla reputazione che abbiamo saputo consolidare.

Lelio Alfonso: L'apertura dell'ufficio di Milano è stato un grande momento di soddisfazione personale e di gruppo. Dopo tanti anni, desideravo tornare a lavorare in questa città, ma in un modo completamente diverso. Abbiamo iniziato in due, con Chiara Scilhanick, in un piccolo ufficio e con un solo cliente, in un luogo che definirei con un eufemismo "provvisorio".

Poi abbiamo trovato un ufficio straordinario, ed è stato un passo importante per Comin & Partners. Quel cambiamento non riguardava solo la bellezza del luogo, vista Duomo, ma anche il posizionamento della società, che da quel giorno non è più stata solo una grande realtà romana, ma è diventata un'azienda consolidata e di respiro nazionale. Anche se avevamo già clienti fuori Roma, aprire un ufficio a Milano, una città con molte altre società di consulenza, è stato un passo fatto con umiltà. Non siamo arrivati imponendoci, ma abbiamo costruito tutto gradualmente e i risultati ci hanno ripagato, rendendo quel momento e quella scelta davvero speciale.

Un altro momento importante è stato il lancio di "Comprendere". Con la scienza e sapienza di Giulio Sapelli abbiamo dato vita ad una rivista che ad ogni numero ci stupisce ed emoziona. Ci tenevo

molto, perché desideravo tornare alla direzione di una testata, ma è soprattutto un progetto bellissimo, che ci permette di raccontare il mondo e le sue sfide provando appunto a "comprendere" quello che accade e che accadrà, insieme al team straordinario che alterna il lavoro "normale" a quello redazionale.

Federico Fabretti: Il momento che scelgo racchiude sia una parte personale sia una riflessione più ampia sul nostro posizionamento. Mi riferisco a tutte le attività istituzionali che svolgiamo, un un po' per tutti i clienti. Alcuni in misura ampia, come il Meeting di Rimini, il G7 o la Fondazione Natalità. Altri forse meno. Sento che questa dimensione sia nelle mie corde, forse perché ho trascorso trent'anni in grandi aziende pubbliche. Allo stesso tempo, rafforza indubbiamente il posizionamento di C&P, che pur essendo privata e gestita da imprenditori, ha guadagnato una forte riconoscibilità anche a livello istituzionale.

Se penso invece ad un momento meno legato a specifiche attività, mi viene da rispondere "i nostri *offsite*". Mi piace considerarli come un seme che viene piantato in una sorta di ritiro di riflessione e che poi genera energia per tutto l'anno. Sono occasioni in cui non solo facciamo il punto su ciò che abbiamo realizzato, ma soprattutto elaboriamo nuove idee, alimentiamo il senso di gruppo, di creatività e di forza che ci accompagna per tutto l'anno. Questi momenti di condivisione e di *team building* sono per me il cuore pulsante della nostra attività.

Qual è la parola che ha caratterizzato il vostro percorso?

Gianluca Comin: La mia parola chiave è stata *divertimento*. È su questo che si fonda la mia passione, la motivazione a superare le difficoltà e a cercare persone con cui condividere la stessa visione. In questi anni non sono stati né il guadagno né il potere a spingermi, ma il desiderio di continuare a divertirmi, tanto quanto ho vissuto con piacere i miei lavori precedenti.

Elena Di Giovanni: La parola che mi ha sempre guidato è *passione*. Per me, la passione è stata la stella polare che ha tracciato la nostra direzione. In essa si trovano pathos, impegno, lavoro e fatica, che generano quell'energia necessaria per rendere il lavoro gratificante e divertente. È proprio la passione che ci guida verso il futuro e che dobbiamo trasmettere ai giovani.

Gianluca Giansante: Il primo pensiero che mi viene in mente è la *gratitudine*. Gratitudine verso tutti gli stakeholder con cui ci confrontiamo quotidianamente: il mondo della comunicazione, dell'informazione e delle istituzioni,

che ci ascoltano con rispetto e ci offrono la possibilità di dialogare. Ma anche gratitudine verso i soci e i colleghi di Comin & Partners, e le aziende con cui collaboriamo, che ci hanno dato e continuano a darci fiducia. Senza di loro, la crescita non sarebbe possibile.

Lelio Alfonso: La mia parola è *insegnamento*. Quando si raggiunge una certa età (evitiamo di chiamarla maturità) si tende a pensare di sapere già tutto. Eppure, in questi dieci anni, abbiamo avuto l'opportunità di apprendere un mestiere che praticavamo e conoscevamo in altre forme, ma in modi nuovi, condividendo esperienze e crescendo insieme. Abbiamo anche avuto il privilegio di trasmettere ciò che sappiamo ai giovani, con un approccio da mentori, e di vederli crescere. Continuare a insegnare e imparare ci permette di mantenere viva la consapevolezza di chi siamo e di ciò che facciamo. Forse non siamo i migliori – anche se ci fa piacere quando ce lo riconoscono – ma ciò che offriamo è passione, gratitudine e divertimento. La nostra più grande soddisfazione è proprio condividere questi valori con i giovani, che non solo aumentano di numero, ma crescono come professionisti, donne e uomini pronti a essere il futuro di questa professione.

Federico Fabretti: La mia parola è *energia*. In oltre 30 anni di attività ho avuto modo di vivere diverse aziende e istituzioni, eppure l'energia creativa e professionale che percepisco qui dentro è stato sin da subito l'aspetto che mi ha

colpito di più. L'energia è il motore che dal niente crea qualcosa di unico e insostituibile e che l'intelligenza artificiale non potrà mai sottrarci: genera idee, alimenta la passione, sviluppa il lavoro, crea legami, sostiene il gruppo e rafforza l'unione. Dinamica e potente, l'energia quindi è quella forza che ci permette ogni giorno di imparare qualcosa e di poterla insegnare, perché non si perda e diventi stile di lavoro.



Quali consigli darebbe a un giovane che intende fare il comunicatore?

Gianluca Comin: Prima di tutto, voglio sottolineare l'importanza di perseguire questo lavoro, che considero uno dei più belli in assoluto. Ci consente di essere al centro di ciò che accade e, talvolta, di essere protagonisti degli eventi, una posizione che non è comune.

Un secondo elemento fondamentale è la necessità di studiare, informarsi e continuare a farlo, sempre. Anche dopo decenni di esperienza, il nostro percor-

so continua perché solo chi non smette di cercare sa trovare nuove strade. Essere curiosi riguardo a ciò che ci circonda è essenziale. La curiosità è la molla che, a mio avviso, ha mosso me sin dall'inizio della mia carriera giornalistica. Significa cercare di comprendere cosa c'è oltre ciò che è visibile. Questo approccio ci offre un valore aggiunto rispetto a coloro che si limitano a guardare solo quello che appare.



Un mondo senza filosofia

Giulio Sapelli dialoga con **Francesco Giubilei**

Un dialogo intergenerazionale a due voci, incentrato sui temi cruciali del nostro tempo e sui cambiamenti radicali e irreversibili che hanno caratterizzato gli ultimi decenni. Il professor Giulio Sapelli e l'editore Francesco Giubilei discutono gli scenari sociali, politici ed economici emergenti, in una riflessione che si alimenta e si arricchisce attraverso il confronto. Insieme, esplorano con apertura e chiarezza il contesto in cui viviamo.

- G. S.** Viviamo in un mondo senza filosofia. Per avviare la nostra riflessione sui cambiamenti che ci sono stati e su quelli che saranno – a cui dedichiamo questo numero di “Comprendere” – è fondamentale partire da quello che considero il mutamento più radicale nella vita sociale. In passato, il percorso di individuazione della Persona avveniva attraverso la relazione, mentre oggi è sempre più definita dalla *performance*. Se questa affermazione è vera, dobbiamo chiederci: perché?
- F. G.** Credo che ci sia stato un cambio repentino nel giro di dieci anni. Se confronto la mia generazione, quella nata negli anni '90, con quella dei 2000, noto una profonda differenza. Questo divario è principalmente legato all'influenza crescente delle tecnologie, che hanno progressivamente permeato ogni aspetto della vita quotidiana, con inevitabili ripercussioni sulle relazioni umane.
- G. S.** Quindi, ritieni che le cause di questo fenomeno siano da attribuire

all'uso crescente della tecnologia e ai comportamenti solitari che essa tende a favorire?

F. G. Le tecnologie hanno indubbiamente contribuito alla disgregazione del concetto di comunità. Negli ultimi venti o trent'anni, i principi e i valori fondamentali che caratterizzavano le comunità – soprattutto nei piccoli centri, ma anche nelle province e, in parte, nelle grandi città – sono progressivamente scomparsi. Basti pensare al ruolo, un tempo centrale, della famiglia, delle parrocchie e dei partiti. Queste organizzazioni hanno perso la loro influenza, e con essa, la loro funzione sociale.

G. S. Mi viene in mente la riflessione di Henry Sumner Maine, uno dei più eminenti antropologi, sociologi e storici del diritto dell'Inghilterra vittoriana – che in *Ancient Law* (London, Murray, 1861), sosteneva che la storia mondiale segnava il passaggio inesorabile *from status to contract*, ossia dalle società fondate sulla comunità valoriale a quelle dominate dal mercato che faceva trionfare l'individualismo dispiegato. Per Sumner Maine il mercato si sarebbe affermato per una sorta di trasformazione sociale, che scaturiva dalla lenta, inesorabile marcia delle relazioni tra gruppi e non per imposizione statale. Si sarebbe affermato non tramite il principio di gerarchia, ma con la concorrenza inveratasi per via spontanea e tramite la relazione tra le classi e i ceti sociali liberamente organizzati. Lo stato avrebbe favorito ma non imposto questo processo, come invece oggi accade, trasformando tutto in una società gerarchica dominata da funzionari.

Oggi il mercato è imposto dallo stato, dalla legislazione e dai regolamenti definiti dalle élite del potere decisionale che, volta a volta, predominano nella società. Ecco il concetto di *governance* che bene esprime ciò che accade: è una casta che governa con regole, non con leggi dei parlamenti, il corpo sociale: una sorta di *neo cameralismo*, che gli incolti definiscono capitalismo sociale di mercato invece di definirlo *ordo-liberismo*.

F. G. Questo ha portato alla prevalenza del concetto di individuo su quello di comunità. È qui che si trova la grande differenza tra pensiero conservatore e pensiero liberale. Il liberalismo mette al centro l'individuo, concependo la comunità come una somma di singoli. Al contrario, il conservatorismo valorizza l'identità degli individui, ma solo nella misura in cui essi fanno parte di una comunità.

G. S. Questo è l'elemento fondamentale che avvicinava un tempo il pensiero conservatore a una parte significativa della sinistra storica –

oggi scomparsa –, poiché anche quest'ultima aveva nel comunitarismo e nel recupero delle *relazioni*, i suoi punti fermi. Certo in una parte spesso dominante della sinistra prevaleva e ancora prevale una visione socialista statualista, ossia imperniata sul possesso statale dei mezzi di produzione, invece che sull'autogestione e sui *common goods*. Emmanuel Mounier, per esempio (e che esempio!), parlava di personalismo e di comunitarismo insieme. In questo contesto, il comunitarismo valorizza l'individuo senza abbracciare il liberalismo e recupera la dimensione relazionale senza essere socialista statalista ma comunitario. Tuttavia, questa dinamica viene fortemente compromessa dall'impatto delle tecnologie proto-individualistiche: in questo sono d'accordo.

- F. G.** Ritengo sia importante distinguere tra il conservatorismo di tradizione latina e quello di tradizione anglosassone. Nell'ambito anglosassone, il conservatorismo tende a sovrapporsi al liberalismo, che pone l'individuo al centro. Al contrario, il conservatorismo di tradizione latina è più attento ai temi sociali e al *welfare state*, e in questo contesto, la dimensione comunitaria si avvicina a certi aspetti della sinistra.
- G. S.** Assolutamente, il cattolicesimo è una fonte profonda di ispirazione non capitalista. Chi avrebbe mai immaginato che Benedetto XVI potesse redigere un testo così rivoluzionario come *Caritas in veritate*, in cui si affrontano temi come la proprietà privata, la proprietà capitalista, la proprietà cooperativa e i beni comuni? Storicamente, il cattolicesimo ha abbracciato queste questioni con grande spirito antiborghese, ma oggi sembra aver (inesorabilmente?) perso questa dimensione teorica molto ben delineata e potente.
- F. G.** Tutto ciò ci riporta al concetto di secolarizzazione, che considero una delle cause principali dell'aumento della solitudine. Un problema significativo in Occidente, a mio avviso, è la perdita di identità, un fenomeno che colpisce in particolare le nuove generazioni, le quali spesso faticano a trovare un proprio punto di riferimento.
- G. S.** Sì, sono convinto che questo fenomeno sia trasversale e interessi diverse culture. Un esempio emblematico è il fondamentalismo, sia suicida sia omicida, che si manifesta in possenti aree culturali del mondo islamico.
- F. G.** Anche in questo caso, ci sono diversi fattori che contribuiscono a questo fenomeno, tra cui la digitalizzazione. Abbiamo sostituito le religioni tradizionali con nuove forme di religioni dogmatiche. Ad esempio, un certo ambientalismo è diventato una sorta di cul-



to, intoccabile e indiscutibile. Chi prova a mettere in discussione queste idee viene attaccato come se stesse negando l'esistenza di un dio ai seguaci di una religione. Questo passaggio verso dogmi intoccabili mette in luce come la società contemporanea tenda a semplificare questioni complesse, relegando a una sorta di ortodossia ogni forma di critica.

G. S. Un fenomeno analogo si osserva nell'ossessione dell'elettrificazione inesorabile delle tecnologie dei trasporti, e non solo di esse. Attualmente, per esempio, una minoranza delle automobili in circolazione è elettrica, eppure ci si aspetta di avere un numero enorme di auto elettriche senza aver provveduto a creare una rete di supporto di tecniche e di tecnologie adeguata che consenta di creare una nuova e diversa base industriale, non solo di servizi terziari, con tutte le devastanti conseguenze sociali che tutta questa follia ideologica sta generando, distruggendo la stessa economia europea e nordamericana, se proseguisse come oggi succede

nell'UE, dove essa è imposta da una regolazione verticale che distrugge i rapporti sociali e la politica. Ecco la *governance* al posto del governo politico democratico... Tutte le innovazioni tecnologiche richiedono tempo e pianificazione, nel passaggio dalle carrozze alle automobili, abbiamo dovuto costruire stazioni di servizio, procurare carburante e creare migliaia di segnali stradali. Ci è voluto quasi un secolo per completare questa transizione, eppure oggi sembra che non ci sia la stessa consapevolezza riguardo alle sfide infrastrutturali legate all'elettrificazione...

- F. G.** Ciò conferma che siamo di fronte a nuove forme di religione, potenzialmente pericolose, poiché sono accettate esclusivamente dall'Europa, e non da tutto il mondo. Esistono infatti parti del mondo, come la Cina, che non stanno seguendo queste politiche.
- G. S.** Pertanto, si può affermare che una delle trasformazioni più significative rispetto al passato è stata lo sviluppo di una tecnologia che ha *scoperto* e amplificato le ideologie.
- F. G.** Sì, e credo che ci sia un altro tema importante su cui riflettere. Negli ultimi trent'anni abbiamo assistito a due fenomeni distinti: il primo, iniziato a metà degli anni '80, è una globalizzazione spinta e non regolamentata, che ha generato delocalizzazioni e contribuito all'impovertimento dei ceti sociali più vulnerabili nei Paesi occidentali. Il secondo fenomeno è l'accelerazione delle questioni ambientaliste, che sta inevitabilmente interrompendo questo percorso.
- G. S.** Da un punto di vista culturale, stiamo assistendo alla formazione di un'ideologia che rappresenta, in ultima analisi, la secolarizzazione delle religioni tradizionali e l'emergere di nuove forme di fede.
- F. G.** Sì, e ciò che mi sorprende delle politiche *green* è la loro somiglianza con il concetto di eresia. Gli ambientalisti rifiutano ogni forma di critica, etichettando come negazionista climatico chiunque non si allinei con il loro pensiero. Inoltre, sembrano ignorare i cambiamenti che si sono verificati negli ultimi anni: le politiche formulate nel 2019 non sono più valide oggi, a causa del Covid, della guerra in Ucraina e dei molti altri conflitti globali emersi nel frattempo.
- G. S.** Qui emerge la simmetria tra politica e cultura. Un sistema decisionale non eletto, come quello dell'UE, non può essere paragonato a un sistema politico eletto, ma molti non sembrano rendersene conto. Quando Gramsci parlava della crisi organica dei partiti, si riferiva alla mancanza di un legame con il territorio e con la storicità della relazione politica che aggrega la società con e grazie alla cultura in senso antropologico. Oggi, questa connessione è assen-

te, poiché le decisioni vengono prese senza un reale rapporto con le persone e il contesto locale, basandosi su una burocrazia travestita da tecnocrazia e spesso “eletta” in seconda istanza. Un libro di Paul Tucker, *Unelected Power: The Quest for Legitimacy in Central Banking and the Regulatory State*, analizza questi poteri. Quello che si considerava caratteristico di un’istituzione come l’UE si applica anche al potere dell’ONU e del Fondo Monetario Internazionale.

- F. G.** Soprattutto queste istituzioni trascurano un aspetto fondamentale: il principio di sussidiarietà. Spesso si trovano a una certa distanza dai cittadini e sfuggono al controllo delle popolazioni.
- G. S.** Proprio per questo, non esiste più opposizione politica, il che rappresenta una differenza significativa rispetto al passato.
- F. G.** Secondo me, a volte viviamo in una bolla, quella della cultura, del giornalismo e della politica. Ci relazioniamo principalmente con chi condivide le nostre stesse idee, dimenticando le visioni e le esigenze di gran parte della gente.
- G. S.** Un tempo, il popolo era attivamente coinvolto nella politica: i democristiani erano sia operai, sia impiegati, sia padroni piccoli e grandi, così come i comunisti e i socialisti. Tutti i partiti erano interclassisti: solo la sinistra comunista (sino agli anni Ottanta del Novecento) era profondamente fondata sulla differenza sociale e di classe. Oggi si è consumato un cambiamento radicale: nessun partito ha più un insediamento sociale e territoriale profondo, così come una classe intellettuale che guidi la classe politica parzialmente intesa.
- F. G.** Oggi, il popolo mostra disinteresse.
- G. S.** Anche perché, nel nostro contesto occidentale, abbiamo privato le persone della speranza. Consideriamo, per esempio, la crescente disuguaglianza economica: soprattutto in Europa, assistiamo a una progressiva perdita di fiducia nel futuro. Al contrario, in altre parti del mondo, l’umanità continua a lottare per quelli che pensa siano i propri diritti. Pensiamo a quanto sta accadendo in Myanmar, dove la guerra civile imperversa da anni e Aung San Suu Kyi, premio Nobel per la Pace nel 1991, è attualmente in carcere. Diverse tribù-nazioni stanno combattendo contro una giunta militare sostenuta dalla Cina. Perché nel resto del mondo si combatte, mentre qui, nonostante la grande disuguaglianza economica, non si innesci nemmeno una reazione culturale che non sia solo risentimento?
- F. G.** Assistiamo anche a un significativo impoverimento, evidente soprattutto nella classe media delle grandi città e delle province ita-

liane. Vent'anni fa, il centro storico di qualsiasi città, sia al nord che al sud, era vivace e pieno di negozi. Oggi, invece, molti di questi esercizi commerciali sono in vendita o in affitto.

- G. S.** La radice di questo fenomeno risiede nel fatto che abbiamo trasformato i comuni in aziende e le università in imprese. Abbiamo aziendalizzato il mondo, e questa rappresenta un'altra grande trasformazione che ci porterà inesorabilmente alla decadenza civile e culturale.
- F. G.** Ciò che mi preoccupa è che ci sono categorie che, fino a pochi anni fa, facevano parte del ceto medio, ma ora non lo sono più e stanno diventando sempre più povere. Queste categorie dovrebbero provare un sentimento di speranza ma, troppo spesso, prevale in loro la disillusione.
- G. S.** Un altro tema legato alla perdita di speranza e che rappresenta un fattore di cambiamento rispetto alla mia generazione, è la trasformazione delle modalità di aggregazione e svago, come dimostra il fenomeno della *movida*. Dovremmo considerarlo un problema sociologico e antropologico?
- F. G.** Questo fenomeno ha le sue radici nel periodo post '68. La ribellione del '68, che ha minato i principi di obbligatione e autorità, ha avviato una delle principali cause della crisi attuale: la contestazione dell'autorità, sia familiare che scolastica.
- G. S.** Il movimento di quegli anni ha dato inizio a una tendenza pericolosa, preannunciata da Herbert Marcuse nel libro *Eros e civiltà*, che rappresenta una sorta di bibbia del cambiamento in cui ci troviamo immersi. Ho trovato sconvolgente la notizia della nascita a Torino di una nuova attività assistenziale legata al tanto meritorio Gruppo Abele, un'associazione che si dedica a difendere i genitori vittime dei propri figli.
- F. G.** Il genitore sembra aver perso il proprio ruolo educativo e, sempre più spesso, anziché educare, diventa amico del figlio. Questa tendenza si riflette anche nella decisione di eliminare i voti a scuola, recentemente sperimentata in un liceo pubblico a Roma, per paura che la valutazione possa traumatizzare i giovani. Tuttavia, scelte simili hanno come conseguenze che gli studenti non si abitueranno a essere valutati e, quando entreranno nel mondo del lavoro, mancheranno della preparazione necessaria per inserirsi nella società. Rimuovere l'attribuzione di voti a scuola significa crescere una generazione incapace di affrontare il mondo reale, un segnale di ulteriore fragilità.





- G. S.** Questo rappresenta un altro dei grandi cambiamenti, forse quello più fondamentale e ontologico: la caduta del principio di obbligatorietà, anche nella genitorialità e nella responsabilità educativa. Le piante offrono frutti da consumare, non radici, poiché queste ultime sono solide e indigeribili. Tuttavia, molti giovani di oggi sembrano *mangiare le radici*, poiché rinunciare al principio di genitorialità equivale a rinunciare al concetto stesso di radice, ossia di una fondazione ontologica della società grazie a principi di obbligatorietà morale, sociale, politica in senso civico...
- F. G.** Non so se concorda, ma credo che la tendenza alla diffusione dell'identità *woke* e della *cancel culture* in Occidente sia strettamente legata a questo fenomeno. Questa tendenza mira a negare le proprie radici e coinvolge più ampiamente la nostra civiltà. Il problema è evidente nelle derive estreme della moda *genderless* e nella crescente difficoltà di esprimere critiche a queste tendenze. Ciò crea un grave problema per la libertà di espressione, rendendo impossibile, all'interno di un dibattito pubblico, criticare certe correnti – che non significa attaccare una persona, ma mettere in discussione un modello – per il timore di essere etichettati come estremisti.
- G. S.** Ciò che risulta più esplosivo è, in effetti, il linguaggio stesso, che rappresenta una evidente manifestazione di un condizionamento sociale profondo.
- F. G.** Esistono diversi aspetti del nostro modo di vivere e di essere, interessati da una profonda trasformazione. Tuttavia, se si osano fare osservazioni, anche con toni pacati, si rischia di essere etichettati come complottisti o estremisti. Questo accade frequentemente nelle trasmissioni televisive, dove chi esprime un'opinione può diventare facilmente bersaglio di accuse e reazioni esagerate per l'uso di termini considerati politicamente scorretti.
- G. S.** Paradossalmente, in un mondo che dovrebbe mettere al centro il soggettivismo, si osserva invece una prevalenza del senso comune e delle reazioni di gruppo, simili a quelle di un branco.
- G. S.** Questo fenomeno si riflette anche nel modo in cui viene trattato il Papa, il quale viene accolto o silenziato a seconda delle sue posizioni su temi etici. Senza entrare nel merito di questi argomenti, vedo in questo atteggiamento una questione di principio: in una democrazia, teoricamente, dovremmo avere la libertà di esprimere le nostre idee, a condizione che non siano diffamatorie. Tuttavia, oggi il rischio di censure preventive è sempre presente.
- G. S.** Un altro aspetto che mi colpisce è la perdita di caratterizzazione



della cultura storicamente prodotta dall'*anglosfera*, che una volta aveva la capacità di esercitare un'egemonia culturale, anche nelle relazioni internazionali. Oggi, invece, sembra essere diventato un impero riluttante, riluttante ad agire e a pensare. Molti dei temi di cui stiamo discutendo si ritrovano nel capolavoro di Philip Roth, *La macchia umana*. Del resto, le università nord-americane e inglesi, che sono spesso state fucine di pensiero critico, hanno invece esercitato ed esercitano un effetto devastante sulla stessa civilizzazione, implementando i fenomeni a cui facevi riferimento. Se torniamo al testo di Herbert Marcuse, *Eros e civiltà*, possiamo ri-



conoscere in esso le basi per alcuni processi psichici collettivi che oggi si manifestano nell'ideologia *woke*. In questo modo, si delinea un percorso di pensiero che ha influenzato profondamente le attuali dinamiche culturali e sociali.

- F. G.** Un fenomeno che stiamo osservando in Europa è caratterizzato da una forma ingiustificata di inferiorità culturale, che ci porta a importare temi e argomenti dai campus americani, spesso estranei al nostro contesto culturale. Questo comportamento rappresenta un chiaro segnale del processo di disgregazione che è in corso nel panorama culturale europeo.
- G. S.** Un tempo, i leader politici si formavano attraverso lo studio dei testi greci e latini e della più avvertita sociologia ed economia, classica o neoclassica che fosse, acquisendo una notevole capacità strategica. Tuttavia, a partire dagli anni '70 e '80, abbiamo assistito a un cambiamento significativo: la cultura in senso tradizionale di *kultur*, che non era appannaggio delle sole élite intellettuali di professione ma anche delle élite sociali, popolari, ha iniziato a perdere terreno, a franare sino a scomparire nelle classi e nei ceti dominanti della società e della politica.
- F. G.** Ciò che mi preoccupa è la crescente tendenza a innalzare sempre di più l'asticella: tutto è iniziato nel 1968, poi dieci anni fa abbiamo assistito a un'emergente sensibilità verso il politicamente cor-

retto, che ha portato all'imposizione della *cancel culture*, e ora ci troviamo di fronte all'ideologia *woke*.

- G. S.** Ci troviamo nell'era del transumanesimo, dove molte persone credono di poter raggiungere l'immortalità.
- F. G.** Esattamente, stiamo osservando un crescente predominio del materialismo a scapito della dimensione spirituale, con l'individuo che si percepisce come invincibile.
- G. S.** È un riflesso della crisi della democrazia, sia nordamericana sia inglese. Quando il Regno Unito ha smesso di essere un faro culturale e si è trasformato in un centro dell'ideologia *woke*, è venuto meno il punto di riferimento di una civiltà fondata sui valori culturali del *Commonwealth*. Qual è la situazione attuale a livello internazionale? In passato, il mondo era suddiviso in blocchi caratterizzati da autorevolezza e deterrenza; oggi, invece, è diventato un insieme frattale dove non funzionano più né la deterrenza né la deferenza...
- F. G.** Stiamo assistendo a una chiara crisi dell'Occidente, che si riflette anche nella sfera della politica estera. L'Occidente, e in particolare gli Stati Uniti, sembrano aver perso la forza e l'influenza che avevano venti o trent'anni fa.
- G. S.** Quello che io definisco l'*Impero Orientale* conquista sempre più potere nelle relazioni di potenza mondiali. Si tratta non di una relazione di potenza organica, ma tuttavia potente: lo si definisce il Sud del mondo, che in sostanza, però, non esiste come organica unità, tanto è frastagliato e complesso e contraddittorio, ma tuttavia si erge come antemurale contro la cultura occidentale e a quello che ne rimane dei suoi alleati.
- F. G.** Una serie di errori, tra cui il principale è stato il nostro approccio nei confronti della Cina, ha portato a questa situazione. Abbiamo consentito alla Cina di entrare nell'Organizzazione Mondiale del Commercio e abbiamo delocalizzato le produzioni, in particolare quelle tecnologiche, senza considerare che stavamo perdendo l'opportunità di acquisire competenze e *know-how*. La Cina, con la sua civiltà millenaria, si sta preparando a diventare un attore geopolitico molto più temibile, anche rispetto alla Russia, nel lungo termine.
- G. S.** Un altro elemento antropologico cruciale per comprendere la natura del sistema di potere della Cina è l'essere una società priva di religione e di una filosofia della salvezza. La sua morale autoritaria è disegnata per sostenere il potere degli anziani e del partito comunista: la *burocrazia celeste* di Étienne Balazs si è trasformata



in potere hobbesiano delle classi politiche.

F. G. La situazione è indubbiamente molto preoccupante per noi, poiché si è formato un blocco *antistorico* che trae alimento dall'odio e dagli errori dell'Occidente, fondato sull'asse Russia-Cina. Questo blocco è caratterizzato da più nemici che alleati, considerando le loro diverse tradizioni.

G. S. Questo insieme di strutture ideologiche ha ingenerato la convinzione che la Russia non faccia più parte dell'Europa e che l'Europa possa esistere senza la Russia.

Ma io vorrei ora discutere un altro aspetto del nostro problema: il cambiamento nel rapporto tra generazioni, che è diventato evidente negli ultimi anni. La mia generazione vedeva le precedenti come un punto di riferimento, mentre oggi si percepisce una netta rottura tra generazioni, alimentata anche da una corrente di opinione pervasiva che enfatizza il conflitto intergenerazionale.

F. G. Nelle civiltà tradizionali, la figura centrale nei villaggi era l'anziano, riconosciuto dalla comunità per la sua saggezza. Nella Roma antica, era il *pater familias*, che godeva di autorità grazie alla sua esperienza. Oggi, però, molti giovani non vedono più gli anziani come punti di riferimento, ma piuttosto come ostacoli. Questo malinteso è alimentato da una certa retorica giovanilista alla quale mi oppongo. Non possiamo semplicemente affermare di dare spazio ai giovani, dobbiamo dare spazio ai giovani come persone di valore. La stessa logica si applica alla questione della parità di genere.

G. S. Anche in questo contesto, il discorso sulle *quote* riflette la tendenza degli ultimi anni a ridurre tutto a una dimensione matematica e a privare di significato, di ontologia, il nostro modo di essere. Questo porta a ripetere frequentemente l'idea della centralità dei dati. Personalmente, non credo nel predominio dei dati. In passato, siamo riusciti a dominare il mondo anche con un numero limitato di informazioni. Certo, i dati possono essere utili in alcuni settori industriali, ma non li considero un elemento di controllo *biopolitico*. Questa visione mi sembra esagerata.

F. G. In questo senso, sarà fondamentale l'evoluzione dell'intelligenza artificiale, perché sono convinto che si tratterà di una rivoluzione ancor più significativa di quella di Internet, destinata a influenzare profondamente le nostre vite. Se in questa fase iniziale non riusciremo a integrare l'intelligenza artificiale con i principi etici, assisteremo a conseguenze drammatiche, specialmente nel mercato del lavoro. Anche nel settore delle cure mediche,





dove l'intelligenza artificiale sta iniziando a supportare le diagnosi, è cruciale ricordare che ogni caso clinico è unico e richiede un'attenzione personalizzata.

- G. S.** Da una prospettiva di formazione marxista in economia, cattolica e umanista filosoficamente, temo che se l'intelligenza artificiale potrà essere accessibile a tutti in alcune filiere e settori, ci saranno comunque prestazioni e servizi che solo i più abbienti potranno permettersi. Sono convinto che l'intelligenza artificiale, nel sistema capitalistico, amplificherà ulteriormente il divario tra ricchi e poveri, tra chi detiene il potere e chi ne è privo. Si tratta di uno strumento di dominio – non di classe, ma di ceto e di *quasi gruppi*, come li definiva Luciano Gallino – che contribuirà ad aumentare le disuguaglianze.
- F. G.** Temo, di nuovo, che l'errore che stiamo commettendo sia di cercare modelli altrove, al di fuori delle nostre tradizioni. Non sto esprimendo una tendenza anti-occidentale o anti-europea; critico piuttosto il fatto che l'Occidente abbia perso il suo modello, i suoi valori e i suoi riferimenti. Queste derive stanno minando le fondamenta dell'Occidente.
- G. S.** Immagina se su questo punto ci fosse un consenso politico generale. In passato, c'era un accordo *bipartisan* su questo tema. Cinquant'anni fa, non era nemmeno considerato un argomento di discussione.
- F. G.** Al giorno d'oggi, esiste una parte della nostra società che nutre pulsioni anti-occidentali e tende a idealizzare modelli provenienti da altre culture.
- G. S.** È fondamentale ripartire dall'istruzione, concepita come un'opportunità per trasmettere i valori su cui si fonda la civiltà occidentale, costruita nel corso dei secoli: istruzione come *Bildung*, dunque, e non come informazione. Solo in questo modo potremo restituire centralità alle radici culturali che hanno consentito all'Occidente di affrontare e superare le grandi crisi della storia, emergendo persino più forte culturalmente volta a volta.
- F. G.** È essenziale creare un nuovo patto tra le generazioni, una piattaforma di dialogo capace di rinnovare i modelli sociali. Questo patto deve fondarsi sui valori del passato, adattandoli a un contesto che presenta sfide sia tradizionali sia contemporanee.

Tra politica e crisi delle democrazie



Le mie radici Alda Merini

Le mie radici sono ben salde anche se lontane dalla propria terra.
Le mie radici sono come legni d'ulivo
con le braccia protese
quasi a voler accarezzare la rossa e argillosa terra che li accoglie.
Le mie radici sanno di polvere di tufo
di mandorlo in fiore
di giardini coltivati.
Storia e profumi si fondono nella mia terra, sprigionando sensazioni
di pace e tranquillità, dove il mare e il cielo
si sposano in un unico colore.
Nelle campagne si affacciano come grandi signore i bagli antichi
lì il tempo si è fermato
cammino nella mia terra,
ogni volta è una sorpresa,
mi ritrovo
sorrido e gioisco di tanta bellezza.



La sfiducia, combustibile del populismo

di **Mattia Ferraresi**

Il fenomeno populista, nelle sue diverse articolazioni, si è sviluppato nell'ultimo decennio con una velocità impressionante a livello globale non solo per la sua forza persuasiva, ma perché ha trovato davanti a sé ampi spazi che le democrazie liberali hanno lasciato sguarniti. Il suo combustibile è la sfiducia. Molti segnali indicano che negli ultimi decenni è in calo la fiducia verso istituzioni e autorità varie: Stati, governi, istituzioni sovranazionali, media, partiti politici, organizzazioni economiche, religioni, università. Uno studio delle Nazioni Unite mostra che dal

2000 al 2020 la fiducia dei cittadini a livello globale verso i propri governi è scesa di diversi punti, attestandosi attorno al 35%. Il calo non è stato lineare, ma si è manifestato in diverse ondate che ricalcano vari momenti di crisi. Nel primo quarto di questo secolo si possono riconoscere cinque momenti significativi di crisi che hanno contribuito a logorare la fiducia in sistemi e strutture che sembravano ancorate saldamente a certezze acquisite e irreversibili. Sono cinque delusioni che hanno reso fragile il terreno su cui camminano gli abitanti di questo tempo.



La prima delusione è, appunto, quella democratica. Le guerre in Afghanistan e in Iraq mosse dagli Stati Uniti e dalla coalizione occidentale sull'onda degli attentati dell'11 settembre 2001 non avevano solo lo scopo di scovare e punire i responsabili degli attacchi ma di esportare la democrazia nei luoghi che fornivano terreno fertile per il terrorismo. Osama Bin Laden è stato scovato e ucciso ma la missione di impiantare un sistema democratico con gli eserciti dopo averci provato con McDonald's e il mercato è fallita. Di quella stagione rimangono le successive rein-

carnazioni del brand terroristico di al Qaeda e la vergognosa fuga degli occidentali da Kabul, con i talebani che riprendono il potere e restaurano il loro regime di oppressione con rinnovata convinzione. Questa epopea di disillusione ha raffreddato anche i più calorosi adepti della democrazia liberale come destino definitivo dell'umanità e *fine della storia*.

La seconda delusione è quella economica. La crisi finanziaria del 2008 ha messo in ginocchio il sistema del risparmio e scoperciato il verminaio di avidità delle banche d'investimento. Il collasso ha generato la Grande Recessione e, a cascata, ha contribuito alla crisi del debito sovrano in Europa, con il dramma della Grecia che ha rischiato di mandare gambe all'aria l'Eurozona. Il progetto europeo ha resistito ma l'intera economia globale ha sofferto la stagione nera della crisi che ha lasciato molte cicatrici. La generazione dei millennial che si è affacciata sul mercato del lavoro in quegli anni di sofferenza è cresciuta alla scuola della frustrazione e ha interiorizzato il senso di una promessa tradita.

La terza delusione è quella della tecnologia digitale. Nel giro di un decennio le speranze celestiali che hanno accompagnato l'alba della rivoluzione digitale sono state rimpiazzate dalla percezione che nello sviluppo tecnologico si annidasse qualcosa di demoniaco. Le compa-



Mattia Ferraresi è giornalista per il quotidiano “Domani”. È stato per dieci anni corrispondente per “Il Foglio” dagli Stati Uniti e, tra il 2018 e il 2019, *fellow* alla Nieman Foundation for Journalism di Harvard. Scrive regolarmente per alcuni giornali americani, fra cui “The New York Times” e “The Boston Globe”. Ha scritto con Martino Cervo *Obama. L’irresistibile ascesa di un’illusione, Politica americana, La febbre di Trump, Il secolo greve*, con Massimo Camisasca *Oltre la paura, Solitudine* e ha pubblicato quest’anno *I demoni della mente*.

gnie della Silicon Valley si sono trasformate da propulsori di una rivoluzione in infradito in mostri assetati di dati e profitti. Google si è mangiato tutta la navigazione online, Amazon è diventata l’orda barbarica che ha spazzato via tutti gli altri dal mercato, Mark Zuckerberg ci permetteva di rimanere in contatto con i parenti lontani e si è trovato davanti a una commissione del Congresso americano in cui il più gentile gli ha detto che *ha le mani sporche di sangue*. Elon Musk in pochi anni è passato da geniale inventore di auto elettriche efficientissime a strambo colonizzatore di Marte a pazzotico propagandista trumpiano, che gioca con i social media e controlla satelliti che possono decidere le sorti delle guerre. San Francisco, paradiso dell’innovazione e del progresso, è diventata l’inferno delle disuguaglianze e della criminalità, abitata da masse di indigenti marginalizzati che sopravvivono a due passi da signori della tecnologia che sfrecciano su auto senza conducente, più odiati dei banchieri di Wall Street negli anni Ottanta.

La quarta delusione è quella della scienza che si è manifestata con la pandemia di Covid-19. La ricerca scientifica ha fatto passi grandiosi per contrastare in tempi brevissimi un virus che ha ucciso circa 7 milioni di esseri umani ma l’ottimismo neopositivista che aveva regnato nei decenni precedenti ne è uscito malconco. Si credeva che con un tocco magico si

potesse risolvere tutto. La storia della pandemia, invece, è anche la storia dei misteri della malattia che non siamo riusciti ad afferrare, degli effetti a lungo termine che ci sfuggono, dei litigi fra esperti, dello scetticismo sui vaccini, della rabbia sociale per i lockdown, della resistenza alla dittatura sanitaria, del rigurgito antiscientifico, della paranoia complottista.

Infine, l’ultima delusione è quella della pace. L’invasione dell’Ucraina da parte della Russia nel 2022 ha riportato lo spettro della guerra nel cuore dell’Europa. I conflitti non si erano mai del tutto allontanati dal vecchio continente ma l’invasione sul larga scala dell’Ucraina ha riproposto la guerra nel suo peggiore volto novecentesco, riportando in auge i bombardamenti aerei a tappeto, i carriarmati, il logoramento sulla linea del fronte, la brutalità di assedi che si protraggono per anni. Soprattutto, ha restaurato l’idea della violazione dell’integrità di uno stato e dell’occupazione di territori come via credibile per affrontare i rapporti fra gli stati. Un mondo che sembrava archiviato è improvvisamente riemerso. La Russia, invece di trovare l’isolamento della comunità internazionale, ha trovato l’aiuto e la solidarietà della Cina e di tutto il sud globale. Nella guerra fra Russia e Ucraina, la maggior parte dell’umanità è con Mosca e contro la reazione occidentale al fianco di Kiev. Un’altra delusione che ha rinfocolato i sentimenti dei nazionalpopulisti di tutto il mondo.

Il fragile equilibrio delle istituzioni moderne

di **Lorenzo Castellani**

Tutti noi abbiamo un'idea piuttosto stereotipata della democrazia liberale. Fin dalla scuola ci viene insegnato che al centro dei sistemi politici occidentali c'è il concetto di rappresentanza, insieme a quello di costituzione. La democrazia che abbiamo in mente è un processo verticale bidirezionale: i cittadini con regolarità ciclica eleggono i propri rappresentanti, che si presentano organizzati in partiti e movimenti; qualcuno ottiene la maggioranza dei seggi; si forma un governo; la politica decide gran parte delle regole della vita pubblica; e gli elettori possono reagire

alle politiche proposte. Ma questo processo è solo in parte vero, poiché la dinamica delle istituzioni democratiche ha raggiunto un livello di sofisticazione che non è più riducibile a questo semplice schema a meno di non voler generare pericolose illusioni (e delusioni) in ciascun cittadino.

Negli ultimi decenni i nostri sistemi politici hanno sempre di più raggiunto la forma di regimi misti, equilibrio tra oligarchia e democrazia. C'è la rappresentanza politica, ma poi ci sono anche le burocrazie, i gruppi di pressione, un potere giudi-

ziario diffuso e multilivello, le istituzioni sovranazionali e internazionali, quelle economiche come la Banca Centrale Europea e le autorità amministrative. E ci sono poi i vincoli dei mercati finanziari e l'importanza rilevante e spesso ben nascosta di tanti attori del capitalismo pubblico e privato, basti pensare al ruolo nell'elaborazione, la pianificazione e il monitoraggio delle politiche pubbliche che le grandi società di consulenza manageriale svolgono per i governi. Insomma, il *demos* è contornato da un *kratos* che non attiene in esclusiva alla rappresentanza, ma è condiviso con molte altre organizzazioni e istituzioni.

All'inizio del ventesimo secolo, Vilfredo Pareto, non a caso, parlerà di classi di governanti dall'importanza variabile, disponendole su gradi e scale diverse, dividendo tra élite e sub-élite. Poco dopo seguirà la lezione di Max Weber che incrociava la verticalizzazione della politica attraverso l'emersione del leader carismatico con l'inevitabile e crescente importanza dell'amministrazione – quello che egli chiamava il potere legale-razionale – e con un rapporto sempre più stretto e osmotico tra Stato e capitalismo, che avrebbe burocratizzato entrambi i fenomeni. Come si può osservare, dunque, già prima della Seconda guerra mondiale le nascenti democrazie di massa sperimentavano molteplici forme di legittimazione del sistema. In altre

parole, alla domanda «perché obbedire all'autorità?» Non si rispondeva soltanto «perché si è votato» ma si affacciavano diverse risposte: si obbedisce all'organizzazione, alla competenza tecnica, all'efficienza economica. In sostanza, fin dai loro albori, le democrazie si sono confrontate con una mescolanza di sistemi di legittimazione. Si era affermata nella cultura diffusa l'idea tocquevilliana per cui «la promessa che ciascun essere umano abbia pieno e assoluto controllo sulla propria esistenza, conducendola come e dove meglio crede; e la pretesa da parte degli esseri umani che quella promessa sia mantenuta», ma accanto ad essa si affermavano forme di obbedienza che portavano con sé principi gerarchici, economici o meritocratici-aristocratici. Si svelava già una grande contraddizione culturale della democrazia liberale per cui in parallelo al rafforzamento dell'autodeterminazione dell'individuo e della collettività si sviluppavano nuove istituzioni non rappresentative con delle barriere all'ingresso per gran parte della popolazione. E queste istituzioni secondarie, non rappresentative, si sono rese necessarie per *contenere* la democrazia (e la demagogia) e governarla, per rafforzare il controllo e l'ordine, evitare egualitarismi potenzialmente ingestibili per i governanti. Non è un caso che le masse siano entrate nell'arena politica attraverso *strutture di mediazione* come i partiti, i sindacati,

le associazioni e le corporazioni. L'economia mista del dopoguerra segnava, inoltre, nuove frontiere per l'integrazione tra capitalismo e regimi politici, con una osmosi sempre più stretta a livelli apicali tra settore pubblico e settore privato.

In questo solco s'inserisce la linea politica ottimistica degli anni '90 che portava la cultura occidentale verso l'idea che la legittimazione democratica poteva integrarsi con una legittimazione *per output*, cioè fondata sul successo economico e sull'accrescimento dell'efficienza. Questa parabola di legittimazione per risultato delle democrazie si è chiusa con la crisi del 2007-2008, che ne ha indebolito i presupposti e svelato le fragilità. Una crisi finanziaria, come ha spiegato lo storico Adam Tooze, risolta da un salvataggio del sistema che è poggiato più sul potere tecnocratico delle banche centrali che su parlamenti e governi. La disgregazione dal basso delle vecchie istituzioni e l'integrazione tecnocratica dall'alto hanno dato origine, di fronte ad una crisi economica, sociale e migratoria, a una reazione populista e sovranista volta a sovvertire l'ordine precedente. È a quel punto che le democrazie occidentali si sono trovate di fronte ad un *redde rationem* rispetto alla forma che si erano date. Le promesse ottimistiche di un mondo piatto, senza confini, tecnologicamente avanzato, incentrato sul consumo e sulla libertà

personale assoluta sembravano aver innescato una spirale di insoddisfazione inarrestabile e ridare vita a forme di tribalismo diffuso e rissoso. La polarizzazione ha innescato una dinamica di delegittimazione, con forze politiche e culturali avverse incapaci di riconoscersi l'un l'altro. Sulla tradizionale divisione tra destra e sinistra si è innestata una ulteriore frattura tra chi ancora credeva nei vecchi paradigmi e chi non più.

Sotto la pressione dell'emergenza sanitaria e delle nuove guerre la classe dirigente è stata spinta verso un cambiamento del paradigma economico, neoliberalismo e ordoliberalismo hanno lasciato spazio ad uno Stato interventista e controllore: si pensi all'utilizzo estensivo della *golden power*, ai prestiti e alle deroghe per sostenere i lockdown, agli incentivi e ai sussidi per contrastare l'inflazione, al dirigismo usato per imporre le politiche *green*, ai dazi e alle sanzioni che hanno frenato la globalizzazione. Ma i fatti degli ultimi anni hanno anche disegnato una nuova formula politica: populismi e nazionalismi sono stati assorbiti e istituzionalizzati dai sistemi politici. Un'ibridazione che ha spinto i governanti a recepire politiche pubbliche ed economiche di marca populista, a governare con gli avversari, trasformati ora in alleati, e che al tempo stesso ha modellato populisti e sovranisti in modo tale da far accettare loro alcuni vincoli internazionali ed





Lorenzo Castellani è Ricercatore Tenure Track presso il Dipartimento di Scienze Politiche della LUISS Guido Carli di Roma, dove insegna Storia delle Istituzioni Politiche. È editorialista del quotidiano "Domani" e del "Quotidiano Nazionale". Il suo ultimo libro è *Eminenze grigie. Uomini all'ombra del potere* (LiberiLibri 2024).

economici contro cui gli stessi si scagliavano. La circolazione dell'élite, d'altronde, prevede sempre un'osmosi tra vecchio e nuovo, proprio come predetto da Gaetano Mosca.

In questa trasformazione si svelava la debolezza delle élite occidentali non più capaci, dopo l'ondata populista e la fine delle illusioni del mondo globalizzato, di gestire e ricomporre un ordine globale internazionale. Invasioni inaspettate, guerre prolungate, attori statali e non pronti alla violenza hanno sconvolto la stabilità delle relazioni internazionali, portando il mondo dentro un disordine caratterizzato da una moltiplicazione di conflitti e problemi che le democrazie occidentali non sembrano più riuscire a riassorbire. Una difficoltà legata alla capacità produttiva, soprattutto militare, dei Paesi occidentali ma anche e soprattutto al disagio culturale delle classi dirigenti di fronte ad un mondo che richiede un surplus di realismo, durezza, pensiero comunitario e capacità di tessitura diplomatica dopo un trentennio di *pax americana* oggi non più garantita. La perdita dell'unità interna ha generato lo smarrimento dell'unità esterna e viceversa, come due facce della stessa moneta.

Nello stratificarsi delle trasformazioni le democrazie liberali sono giunte ad una legittimazione ibrida, fondata su varie sorgenti (rappresentanza, competenza, efficienza) da cui

dovrebbe sgorgare l'obbedienza. Tuttavia, questa legittimazione ibrida genera autorità ibrida, la quale chiama in causa ancora altre forme di ibridazione. Si tratta di una specie di spirale che origina dalla crisi di legittimità *pure* (Stato, religione, ideologia ecc) e che investe in pieno anche quelle *spurie* intervenute per surrogare e sostenere la crisi delle prime. Tutti i fenomeni sopra descritti, infatti, pur con le loro contraddizioni, originano per conferire senso ad autorità che non riuscivano più a trarre legittimità facendo leva sui vecchi paradigmi e istituzioni come i partiti. L'attuale forma di legittimazione delle democrazie liberali è dunque fragile, proprio perché ibrida e relativa, e costretta a raccontare una continua riforma al fine di legittimarsi. Il rischio, di fronte a crisi di vario tipo sempre più susseguenti e difficili da governare, è la perdita di legittimità del sistema politico, l'incapacità di coordinamento tra istituzioni domestiche e alleati internazionali, l'intromissione nei sistemi politici di potenze straniere ostili.

L'equilibrio fragile delle democrazie contemporanee è così sempre più costretto a fare i conti con le sue contraddizioni interne, ancora di più di fronte alla forza disgregatrice interna ed esterna della guerra.

Il giornalismo e i suoi derivati





Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale Byung-chul Han

Oggi le cose precipitano sempre più sullo sfondo della nostra attenzione. L'attuale iperinflazione degli oggetti, che conduce alla loro esplosiva proliferazione, è a sua volta sintomo di una crescente indifferenza nei loro confronti. Le nostre ossessioni non sono più indirizzate alle cose, bensì alle informazioni e ai dati. Ormai produciamo e consumiamo più informazioni che cose. C'inebriamo con la comunicazione. Le energie libidiche abbandonano le cose e si lanciano sulle non-cose. La conseguenza di ciò si chiama infomania. Ormai siamo tutti infomani. Il feticismo degli oggetti appartiene probabilmente al passato. Stiamo diventando tutti dei feticisti delle informazioni e dei dati. Si parla addirittura di "datasexuals".

La rivoluzione industriale ha rinsaldato e ampliato l'ambito oggettuale, allontanandoci solo dalla natura e dall'artigianato. La digitalizzazione, invece, ha messo la parola fine al paradigma oggettuale. Essa sottomette le cose alle informazioni. Gli hardware costituiscono le fondamenta ubbidienti dei software. Sono secondari rispetto alle informazioni.

Il processo di miniaturizzazione li fa rimpicciolire sempre più. L'Internet delle cose li trasforma in terminal informativi. La stampante 3D svaluta le cose nel loro essere, degradandole a derivati materiali dell'informazione.

Cosa succede alle cose quando vengono compenstrate dalle informazioni? L'informatizzazione del mondo trasforma le cose in infomi, vale a dire agenti che elaborano informazioni.

La sfida della qualità nell'era della velocità

intervista a **Massimo Bernardini**

Giornalista e conduttore televisivo, Massimo Bernardini è stato ideatore e conduttore fino al 2024 di *TV Talk*, il programma di Rai Tre che commenta gli avvenimenti televisivi della settimana. Abbiamo approfondito con lui le grandi trasformazioni che hanno investito il mondo dell'informazione, notando come la disinformazione e la polarizzazione abbiano progressivamente preso il posto della qualità e della responsabilità giornalistica.

Come si è evoluto il mondo dei media negli ultimi anni?

Negli ultimi anni abbiamo assisti-

to a un'esplosione dei media, vasta e imprevista. Le generazioni precedenti a questa sono cresciute con un sistema all'interno del quale l'informazione era generata da uno spettro di media molto limitato. Il passaggio del sistema, prima radiofonico, poi televisivo, da monopolistico a libero – fenomeno al quale ho assistito personalmente – ha portato a una moltiplicazione dei canali e delle emittenti. Questo ha segnato la fine di un disegno pedagogico dei media, nato da un'idea profondamente democratica, dopo la fine della Seconda guerra mondiale. Quasi tutte le

grandi televisioni europee di servizio pubblico nascono infatti all'incirca a metà degli anni '50, come reazione alla manipolazione autoritaria dei media da parte delle dittature. Non a caso, il controllo autoritario poliziesco dell'informazione ha proseguito fino all'89 oltre la cortina di ferro. In Italia, poi, siamo stati i primi, negli anni '60, a sperimentare trasmissioni come *Tribuna politica*. Partecipare alla trasmissione in quegli anni garantiva a un politico italiano una capillarità di comunicazione pazzesca, grazie al monopolio. Parto da queste radici perché, anche se la televisione dipendeva dal governo, era pur sempre un governo eletto democraticamente, potenzialmente variabile a seconda delle preferenze popolari.

Quali novità ha introdotto la liberalizzazione dei media?

Quello che è accaduto negli ultimi dieci anni all'interno del sistema dell'informazione è paragonabile a quanto accaduto con la liberalizzazione di radio e televisioni. A quel punto è emersa una dicotomia: c'era chi le chiamava radio libere, chi preferiva chiamarle private. La differenza tra le due definizioni rivelava anche due posizioni diverse rispetto a questo nuovo pluralismo, diffusosi in Italia in maniera selvaggia. A Milano, negli anni '70, era frequente il dover ricorrere alla polizia postale perché la frequenza di una nuova radio tendeva a coprire quella di un'altra. Era la testimonianza di un'esplosione

di libertà: c'era un'enorme voglia di esprimersi e di costruire un racconto diverso da quello del monopolio. Presto, però, con l'entrata in campo di nuovi imprenditori radiofonici e televisivi di cui il più brillante è stato certamente Silvio Berlusconi, quello che chiamavamo libero è stato chiamato privato. E se questo fenomeno ha comportato una modernizzazione e una liberazione anche sul piano del linguaggio, ha voluto dire anche un cambio di interessi: la libertà non era più quella di espressione ma soprattutto quella di impresa.

E oggi?

Con l'arrivo dei social si è posta forse la stessa ambiguità di allora, nella concezione di *libero e privato*, ma con qualche differenza. Quando parliamo di radio o di televisione libere degli anni '70, identifichiamo sempre una collettività, gruppi di lavoro, di opinione, creativi. I social media hanno abbandonato questa dimensione, lasciando spazio a una dimensione individuale: chiunque può esprimere la propria e personale opinione.

Questo è interessante: non vi sono più *noi*, ma *io* in una piazza virtuale in cui pullulano milioni di persone e chiunque si sente libero di dire la propria su qualsiasi tema. Questo viene scambiato per libertà di informazione.

Vi è anche un altro elemento interessante. Prendiamo il caso di Twitter, è rilevante quanto accaduto con la trasformazione di Twitter in X: oggi tutti noi associamo X al suo proprie-

tario, Elon Musk, ma a chi sarebbe venuto in mente prima che Twitter avesse un proprietario? A nessuno. Questo è indicativo, e forse la trasformazione e il futuro dei social potrebbe seguire quello che è accaduto con la trasformazione di radio e TV: da *libere a private*.

Come sta il giornalismo italiano?

Ovunque nel mondo, ma in modo particolare nel nostro Paese, negli ultimi dieci anni anche il giornalismo deve rispondere ai requisiti di *produrre molto, produrre in fretta* e questo pregiudica profondamente la qualità dell'informazione. Il giornalismo richiede attenzione, un tempo congruo per lavorare la notizia, scavare i fatti e più in generale riuscire a dare un contributo vero all'informazione. Mai come oggi sui giornali ci sono un'infinità di errori lessicali, grammaticali, di fronte ai quali si resta stupiti ed increduli, per non parlare poi del nocciolo della questione, della impossibilità – quasi sempre – di verificare le fonti.

Il giornalismo, poi, è pagato troppo poco ed è paradossale perché è pagato meno, in proporzione, del giornalismo abusivo degli anni '70 o '80. C'è anche un altro fenomeno che ha inficiato la qualità dell'informazione: un tempo ci si convinse che i quotidiani dovessero inseguire le notizie televisive perché la gente era incollata alla televisione, è stato uno degli errori più clamorosi con cui grandi e piccoli giornali italiani



si sono autoaffondati. Oggi lo stesso inseguimento avviene rispetto ai contenuti social, come se fossero fonti di notizie.

I poveri editorialisti sono continuamente stimolati a commentare quanto accade online: ogni tanto penso a questi colleghi, che non sanno bene cosa scrivere, ma si mettono comunque a scrivere sulla base di fonti deboli, e magari nel giro di un giorno o due sono costretti a pentirsi di quel che hanno scritto, perché la situazione è cambiata.

Con un simile quadro è difficile che il sistema di informazione riesca ad essere di qualità.

Quali sono le conseguenze?

Un tempo individuavamo nel giornalismo una fonte preziosa, utile, *super partes* in grado di non parteg-

Massimo Bernardini è uno dei volti del giornalismo televisivo italiano. Inizia la carriera giornalistica negli anni Ottanta come critico musicale per importanti testate come "Radiocorriere Tv", "Famiglia Cristiana" e "Avvenire", di cui ha guidato per anni la redazione spettacoli. Inizia l'esperienza televisiva alla fine degli anni '90 e dal 2005 al 2024 è stato il volto e l'autore di *TV Talk*, il programma di RaiTre che analizza e commenta la settimana televisiva.

giare e di dare una lettura dei fatti il più possibile non coinvolta. Troppo spesso oggi l'informazione indossa l'*elmetto* e offre una chiave di lettura parziale dei fatti. Da qui cosa succede? I lettori cercano e trovano nelle pagine che leggono le opinioni di chi la pensa al proprio stesso modo, in un meccanismo che rassicura, ma di certo non aiuta a capire i problemi. Un sistema di comunicazione come questo non riesce a diventare strumento per un vero cammino costruttivo del Paese e, non a caso, l'immobilità dell'Italia è collegata alla continua polarizzazione di... *elmetti* contrapposti e a una contestuale disaffezione alla Cosa Pubblica che ormai, vedasi gli appuntamenti elettorali, ha superato il 50%. In Italia, poi, c'è una distinzione profonda tra l'informazione generata dai *Palazzi del Potere*, e quella destinata alla massa. Esiste una serie di spazi di comunicazione – articoli, editoriali – che emettono segnali che solo il palazzo comprende: cose che nessuno legge, alla quale alla maggioranza della popolazione non si interessa. Un po' come il talk show politico, un enorme corpaccione che va in onda in prima serata e rivolgendosi a una stretta minoranza. I numeri di questi talk stanno intorno al milione, salvo rare eccezioni: l'informazione è parcellizzata, corrisponde a un pezzo di Paese che si parla addosso, o che comunica con un gruppo di individui che non supera i 5 o 6 milioni, un gruppo che di certo conta, perché include chi decide le sorti del Paese.

E gli altri?

Le generazioni più giovani stanno abbandonando il consumo di informazioni: cominciano a non interessarsi a cosa dicono i politici e quali riforme si stiano votando in Parlamento.

Ma nel sentimento di sfiducia verso il *mainstream* informativo, sta emergendo una forza: il podcast. Con questi contenuti audio si cerca e si trova il tempo giusto per ragionare sulle notizie con la voglia di approfondire le diverse fonti, con tempi diversi dall'informazione rapida dei talk show, dei giornali, dei social. Mi colpisce che comincia a funzionare una lettura più lunga e approfondita: una parte di giovani colti, curiosi ha mollato il *mainstream* informativo alla ricerca di un'informazione più riflessiva e non schierata, non militarizzata.

Il podcast rivendica il ruolo che un tempo era quello della radio: da ragazzo facevo un ascolto sfrenato di Radio 3, e su tantissimi argomenti mi ha formato, insegnandomi molto. Prima che arrivasse il flusso radiofonico, c'era una grande offerta culturale in radio.

E gli strumenti a disposizione per la costruzione del consenso?

Oggi la classe politica si rivolge alla classe anagrafica più anziana che ancora guida l'Italia, non ha interesse a rivolgersi ai giovani. Ma le nuove generazioni, ormai, hanno abbandonato i vecchi media: i giornali, da un certo punto di vista, hanno gli anni contati, non sono più un punto di riferimento per nessuna generazione.

Dai podcast al giornalismo sul campo

intervista a **Cecilia Sala** a cura di **Francesco Romano**

Grazie al suo approccio innovativo, Cecilia Sala è una delle voci più riconoscibili nel mondo del giornalismo digitale. L'abbiamo incontrata per chiederle come la digitalizzazione stia trasformando il giornalismo: dall'esperienza sul campo ai podcast, ci racconta come i nuovi media stanno ridefinendo il modo di informare e connettersi con il pubblico.

Da anni si parla di crisi dei media tradizionali, giornali e tv soprattutto. Come è cambiato il giornalismo negli ultimi dieci anni?

Negli ultimi dieci anni, abbiamo

assistito a una trasformazione profonda del giornalismo, influenzata soprattutto dai nuovi media. La distinzione tra stampa tradizionale, televisione, giornali online e piattaforme social è diventata sempre più sfumata. Il giornalismo digitale, inizialmente più *friendly*, gratuito e accessibile, si distingueva per uno stile più semplice e diretto rispetto ai giornali tradizionali, che spesso danno per scontato che i lettori abbiano seguito ogni passo delle analisi politiche, magari in articoli precedenti. Il grande vantaggio dei media digitali era proprio questa freschez-

za, ma avevano anche un grande limite: non riuscivano a coprire il giornalismo sul campo, come facevano i grandi quotidiani tradizionali.

Tuttavia, oggi realtà come Chora Media e il Post hanno dimostrato che anche un media digitale può avere inviati sul campo, anche all'estero.

In Italia la politica estera non ha storicamente un vasto pubblico, invece prodotti giornalistici come il tuo podcast, uno dei più seguiti e apprezzati a livello nazionale, hanno reso più accessibile questo racconto. Come è cambiata la percezione del pubblico rispetto alle crisi internazionali?

Non so se i podcast, in particolare, abbiano reso le crisi internazionali più accessibili a un pubblico vasto, ma credo che le notizie estere si siano imposte da sole, soprattutto con eventi come la presa di Kabul da parte dei Talebani nell'agosto del 2021 e l'invasione dell'Ucraina nel febbraio 2022. Guardando ai giornali tradizionali italiani, che per anni hanno

relegato gli Esteri a una posizione marginale rispetto alla politica interna, si nota come questa tendenza sia cambiata negli ultimi anni. Oggi, anche le testate più tradizionali dedicano ampio spazio alle notizie estere.

Pensi che le nuove generazioni siano più attente alle notizie che vengono dal mondo globalizzato?

Credo che ci sia una generazione, quella tra i 25 e i 45 anni, che ha una percezione diversa delle crisi internazionali rispetto a generazioni precedenti. Gli Esteri, per loro, sono meno esotici e più vicini. Un esempio che faccio spesso è il mio rapporto con l'Iran: io seguo da tempo questo Paese e, quando penso a una giovane donna iraniana di 29 anni, sento che abbiamo molto in comune. Magari ascoltiamo la stessa musica, usiamo gli stessi social network e abbiamo riferimenti culturali comuni. È una sensazione di vicinanza che non sarebbe la stessa se confrontassimo una ventinovenne iraniana con una sessantenne italiana. Il senso di globalizzazione culturale rende le crisi internazionali più rilevanti e meno distanti. Questa connessione è meno forte per le generazioni più adulte. Un altro esempio che mi piace fare è quello di Elon Musk e Maurizio Lupi: per la mia generazione, Elon Musk è un personaggio noto, che appare quasi quotidianamente nei nostri feed digitali. Per mia madre, invece, Maurizio Lupi, politico italiano ben noto, è molto più familiare di Musk,



che resta per lei un personaggio quasi esotico. Questo dimostra come le nuove generazioni siano più aperte e interessate a ciò che succede all'estero, grazie alla globalizzazione e all'uso comune di piattaforme digitali.

Dentro un panorama mediatico competitivo come quello di oggi, come mantieni il rapporto di fiducia con il tuo pubblico?

Il patto con il pubblico, sia esso lettore o ascoltatore, deve essere basato su onestà e trasparenza. Il mio lavoro non è confermare le opinioni del pubblico, ma raccontare storie vere e rilevanti. Questo vale sia per i media tradizionali sia per quelli digitali. Il giornalista, a mio parere, non è un attivista: non deve perorare una causa o fare propaganda. Detto ciò, non credo neanche nella neutralità assoluta. Non è possibile essere completamente neutrali, perché come esseri umani siamo influenzati dalle esperienze e dalle emozioni. E questo è ancora più vero quando si lavora sul campo e si vedono gli eventi con i propri occhi. Ad esempio, non posso essere neutrale quando vedo che la Russia invade l'Ucraina o quando Israele sgancia bombe su un'area dichiarata sicura, costringendo persone già evacuate a spostarsi nuovamente. Non sono neutrale quando vedo i paramilitari iraniani uccidere manifestanti adolescenti o quando i Talebani arrestano una giornalista più giovane di me in Afghanistan. Il punto non è essere

neutrale, ma essere onesta e trasparente. Se una notizia è vera e rilevante, il mio compito è riportarla, anche se va contro le opinioni o aspettative del pubblico. L'importante, quindi, è essere intellettualmente onesti e curiosi. Se scopri qualcosa che va contro le tue convinzioni, devi essere disposto a cambiare prospettiva e accettare la realtà per quella che è, non per come vorresti che fosse. Il giornalismo non deve cercare di piegare la realtà alle proprie opinioni, ma svelarla per ciò che è.

Sui conflitti abbiamo visto che ottenere informazioni verificate è sempre molto complicato. Quali sono i principali rischi e vantaggi di fare giornalismo sul campo nell'era digitale?

Nell'era digitale, uno dei rischi maggiori per i giornalisti è la diffusione di informazioni false, soprattutto sui social media. La mole di contenuti non verificati è enorme e, se non si presta attenzione, è facile essere ingannati o manipolati. Tuttavia, ci sono anche vantaggi enormi: oggi abbiamo a disposizione una quantità di informazioni visive e digitali impensabile in passato. I video dei droni, le immagini da smartphone, le telecamere a circuito chiuso, tutti questi strumenti offrono un livello di verifica che era impensabile anche solo pochi anni fa. Durante la guerra in Vietnam, era molto più facile per un governo o un'istituzione mentire senza essere smentiti. Oggi, se qual-





Cecilia Sala, 29 anni, romana, è una giornalista e inviata di guerra italiana, una delle voci emergenti più influenti nel panorama del giornalismo contemporaneo. Scrive per “Il Foglio” ed è autrice e conduttrice di podcast di successo per Chora News, tra cui *Stories* e *Polvere*.

cuno cerca di manipolare i fatti, c'è una probabilità molto più alta che venga smentito rapidamente da una prova visiva o digitale. Certo, mentire è sempre possibile, ma le probabilità di essere smascherati sono molto più alte, e questo offre un vantaggio non solo ai giornalisti, ma anche a lettori e ascoltatori, che hanno accesso a una quantità incredibile di dati con cui confrontare ciò che viene riportato.

E poi c'è la questione della sostenibilità economica. Quali sono i modelli che funzionano per i podcast nel giornalismo?

La sostenibilità economica dei podcast dipende da diversi fattori. Ci sono moltissimi podcast che vengono realizzati in modo amatoriale, per pura passione, ma ci sono anche podcast che riescono a guadagnare e a diventare un lavoro a tempo pieno per chi li produce. Ad esempio, una delle modalità più comuni è quella di avere dei podcast “traino” con un grande pubblico, che servono per pubblicizzare e sostenere economicamente altri podcast più piccoli, magari sponsorizzati da aziende. Un altro modello è quello delle piattaforme come Spotify, che pagano per avere l'esclusiva di alcuni podcast, coprendo così i costi di produzione. Infine, ci sono i cosiddetti *diritti secondari*: un podcast può generare entrate dalla vendita dei diritti per adattamenti cinematografici o letterari. Il mio primo podcast, *Pol-*

vere, ha avuto molto successo e ha generato entrate proprio dalla vendita dei diritti per un libro e per una serie documentaria.

Ci sono diversi modelli che possono funzionare, ma tutto dipende dal tipo di podcast e dal pubblico a cui si rivolge.

Che consiglio daresti ai giovani che vogliono intraprendere la carriera giornalistica?

Il mio consiglio principale è di iniziare presto e di non scoraggiarsi se all'inizio si fanno lavori che non rispecchiano esattamente ciò che si desidera fare. Quando ho iniziato a 19 anni, sapevo che nessuno mi avrebbe mandata subito in zone di crisi come l'Ucraina o l'Iran. È troppo pericoloso e costoso inviare un giovane reporter senza esperienza in luoghi così rischiosi. Così ho cominciato con compiti più semplici, ma questo mi ha permesso di imparare sul campo e di crescere. Il giornalismo oggi è un settore che si sta reinventando, e questo richiede una grande capacità di adattamento. Non esiste più la gavetta tradizionale, dove si saliva di livello mano a mano che le generazioni precedenti andavano in pensione.

Oggi, i giornalisti devono inventarsi il proprio percorso. È un mestiere che si impara facendolo, più che studiandolo sui libri, e chi vuole intraprendere questa carriera deve essere disposto a fare esperienze diverse e a crescere gradualmente.



Vieni, c'è una sfida nel mondo



Angina Pectoris Nazim Hikmet

Se qui c'è la metà del mio cuore, dottore,
l'altra metà sta in Cina
nella lunga marcia verso il Fiume Giallo.
E poi ogni mattina, dottore,
ogni mattina all'alba
il mio cuore lo fucilano in Grecia.
E poi, quando i prigionieri cadono nel sonno
quando gli ultimi passi si allontanano
dall'infermeria
il mio cuore se ne va, dottore,
se ne va in una vecchia casa di legno, a Istanbul.
E poi sono dieci anni, dottore,
che non ho niente in mano da offrire al mio popolo
niente altro che una mela
una mela rossa, il mio cuore.
È per tutto questo, dottore,
e non per l'arteriosclerosi, per la nicotina, per la prigione,
che ho quest'angina pectoris...
Guardo la notte attraverso le sbarre
e malgrado tutti questi muri che mi pesano sul petto
il mio cuore batte con la stella più lontana.

Ambasciatore porta speme

di **Giovanni Castellaneta**

All'inizio del XXI secolo c'era grande fiducia e ottimismo nei confronti del nuovo Millennio. La fine della Guerra Fredda e l'implosione dell'Unione Sovietica sembravano aver lasciato spazio all'imposizione definitiva delle democrazie liberali di stampo occidentale, tanto che alcuni studiosi si azzardavano a parlare di *fine della storia*. Purtroppo, poche previsioni si sono rivelate più sbagliate. In realtà questo secolo, che sembra avviato a rendere il mondo un posto migliore, più pacifico e prospero, si sta caratterizzando – almeno nel suo primo quarto – per una miriade

di conflitti micro e locali che fanno ritenere sempre più probabile una guerra totale e rendono la vita quotidiana di ciascuno di noi più incerta. Gli Stati Uniti non sono più l'unica superpotenza incontrastata, ma il loro ruolo è sfidato in maniera crescente dalla Cina (anche se per il momento principalmente a livello economico), e da Stati ostili come la Russia che cercano di imporre forzature del diritto internazionale attraverso l'uso della forza. Al seguito di Mosca e Pechino, si muovono in ordine più o meno sparso altri Paesi che cercano di emergere attraverso

un modello politico ed economico alternativo a quello occidentale, con il recente summit dei BRICS che ne è stata una chiara dimostrazione. In mezzo si trova l'Europa, sempre più vaso di coccio in mezzo ai vasi di ferro rappresentati da USA e Cina, in cerca di un ruolo più influente in politica estera ma fino ad ora limitata da mezzi economici non paragonabili a quelli delle altre due potenze e da politiche e interessi nazionali spesso incompatibili tra loro.

In questo quadro di profondo mutamento a livello globale, anche il ruolo della diplomazia si è evoluto, cercando di adattarsi a un mondo sempre più complesso e interconnesso. Alla fine del secolo scorso si era consolidata la diplomazia economica, una nuova veste per le *feluche* che si trovarono ad offrire supporto alle aziende per aggredire nuovi mercati e godere delle nuove opportunità offerte dalla globalizzazione. I primi anni del XXI secolo hanno caratterizzato ulteriormente la diplomazia secondo chiavi inedite rispetto al ruolo tradizionale, insistendo sulla dimensione pubblica, sociale e tecnologica. Si è dunque passati dalla diplomazia del Congresso di Vienna, imperniata sul rapporto ambasciatore-governo (basti pensare ad esempio alle lettere degli ambasciatori veneziani, che hanno davvero fatto scuola definendo un metodo di lavoro ben preciso), a un mondo dove si potrebbe dire che *tutto si conosce, ma niente*

si sa. In altre parole, lo spazio per le informazioni riservate e confidenziali si è ridotto quasi al minimo, in alcuni casi anche per legittime richieste di trasparenza da parte dell'opinione pubblica; e il diplomatico si deve misurare con queste nuove esigenze imposte dalle pratiche democratiche e anche da un uso capillare e pervasivo dei mezzi di comunicazione.

Insomma, l'ambasciatore dei nostri tempi non deve più raccontare il Paese in cui si trova (ormai le fonti di informazione abbondano, tra riviste più o meno specializzate, televisioni e think-tank di affari internazionali), ma è chiamato piuttosto a interpretare e in un certo senso prevedere il futuro. Non siamo più di fronte a una diplomazia di grandi principi, ma di costruzione e supporto al governo per cui si lavora. Un sostegno che, in molti casi, è meramente tecnico e non politico: il diplomatico si configura sempre più come un team leader che deve essere in grado di coordinare gruppi di professionisti eterogenei a seconda delle questioni da affrontare, da quelle economiche fino a quelle scientifiche. Si sono moltiplicati gli incontri, dal più alto livello a quello dei funzionari: basti pensare al numero di visite di Antony Blinken in Medio Oriente (praticamente una volta al mese da quando è scoppiata la guerra a Gaza), o al numero di riunioni Ministeriali Esteri (quattro) organizzate quest'anno nell'ambito della Presi-

denza italiana del G7. Significa forse che gli ambasciatori (e le missioni diplomatiche) contino di meno, alla luce di questo iper-attivismo dei Ministri degli Esteri? Al contrario: per un Ministro che viaggia, occorre una preparazione scrupolosa, sia dal punto di vista logistico e organizzativo che di contenuti, offerta dal personale diplomatico a vari livelli.

Si potrebbe dunque dire che il diplomatico degli anni Venti di questo nuovo secolo è sempre più multitasking, capace di lavorare in squadra e di unire e valorizzare una serie di competenze che lavorano tutte

per un risultato comune. La diplomazia dei grandi sistemi è ormai tramontata, per fare posto a quella economica, pubblica e mediatica (ormai le missioni diplomatiche e gli ambasciatori hanno profili Instagram e comunicano sapientemente attraverso i social media). Anche i contenuti della comunicazione sono cambiati: non si parla più semplicemente di *affari politici* o questioni meramente bilaterali, ma la diplomazia è sempre più caratterizzata da questioni urgenti per il futuro dell'umanità come il contrasto al cambiamento climatico e la necessità di regolamentare l'intelligenza artificiale



Giovanni Castellaneta è un diplomatico italiano. Presidente di SACE dal 2009, ha ricoperto, tra gli altri, gli incarichi di Ambasciatore a Washington, Teheran e Canberra; e di Consigliere Diplomatico del Presidente del Consiglio dei Ministri e di suo Rappresentante Personale per i Vertici del G8. È stato Consigliere Diplomatico del Ministro del Tesoro, Portavoce del Ministero degli Affari Esteri, Vice Rappresentante Permanente d'Italia presso le Organizzazioni Internazionali a Ginevra. Ha ricoperto la carica di Vicepresidente del Gruppo Finmeccanica, Presidente del Comitato scientifico della Regione Lazio per le tecnologie innovative e la ricerca avanzata e Presidente di Milanosesto S.p.A. Attualmente è Presidente di doValue spa, consigliere di Exprivia spa e di Vantea Smart spa, e sin dalla sua fondazione, è Senior Advisor di Comin & Partners.



(basti vedere i gruppi di lavoro che da anni si riuniscono su questi temi in ambito G7 e G20). I diplomatici diventano figure più dinamiche, meno attenti alle rigide questioni di protocollo e più votati a svolgere un ruolo che potrebbe essere definito da *consulente* strategico, sia durante che dopo la carriera *ufficiale*. Il mondo, del resto, va sempre più veloce, la distribuzione del potere non è più rigidamente bipolare ma è estremamente fluida. Le geometrie sono assolutamente variabili, e al diplomatico è dunque richiesta una flessibilità e capacità di adattamento alle nuove

situazioni che una volta non era nemmeno concepibile.

Stiamo viaggiando a grande velocità verso un nuovo ordine globale di tipo multipolare che non risponderà più agli schemi e agli equilibri definiti all'indomani della Seconda guerra mondiale con l'architettura politica delle Nazioni Unite e quella economico-finanziaria di Bretton Woods.

Quello che si va delineando è un mondo nuovo e per certi versi minaccioso, ma il corpo diplomatico italiano potrebbe sfruttare anche le opportunità derivanti da questa situazione. Il Mediterraneo, ad esempio, potrebbe acquistare nuova centralità, magari una nuova conferenza sul Medio Oriente che venga organizzata all'indomani della conclusione del conflitto in corso. Un simile scenario potrebbe configurare una sorta di *Congresso di Vienna 2.0*: un'occasione per l'Italia da sfruttare attraverso una classe di ambasciatori e diplomatici preparati, dinamici e in grado di cogliere le connessioni tra la dimensione politica, economica, sociale e mediatica.

Ovviamente a patto di fare lavoro di squadra con gli altri Paesi europei e l'UE, cercando di colmare le lacune e i ritardi che derivano da una politica estera e della difesa ancora troppo frammentate a livello di singoli Stati. La diplomazia del futuro cambierà tecniche e metodi di espressione, ma resterà comunque ancorata a popoli e geografie.

Il mondo che verrà? Sarà multicaotico

di **Andrea Muratore**

In un mondo frammentato, anche la diplomazia e le relazioni internazionali vanno cercando nuovi e più strutturati paradigmi per adattarsi a un clima di crescente competizione globale. Sono all'ordine del giorno gli appelli sul declino del multilateralismo e dell'ordine internazionale, ma guardando con un occhio al futuro è davvero possibile che questo stato di cose si sedimenti in forma permanente? Certamente l'ordine globale vive una fase di fratture per la paralisi che organizzazioni come le Nazioni Unite hanno vissuto per la rivalità tra le maggiori potenze,

sostanziabile nella linea di faglia tra gli Stati Uniti da un lato, e il binomio – non ancora blocco – russo-cinese dall'altro. Attorno cui, come a un polo magnetico, si orientano le altre potenze globali e le principali crisi del pianeta. Ma al contempo, ogni situazione di crisi, per portato etimologico, impone *decisioni* e fasi di transizione. E questa situazione di tensione della grande cooperazione internazionale un cambiamento destinato a protrarsi negli anni a venire l'ha già prodotto: la sostanziale *territorializzazione* e decentralizzazione di molti processi di confronto e dialogo.

Andrea Muratore è analista geopolitico ed economico, collabora con "Inside Over" e con Ispi, per il quale realizza analisi di politica estera per "Insider" di Sky Tg24. Già Responsabile Analisi dell'Osservatorio sulla Sicurezza del Sistema Industriale Strategico Nazionale del Centro Italiano di Strategia e Intelligence (Cisint), svolge oggi attività di ricerca e analisi geopolitica presso Confapi Brescia. Nel 2019 è stato tra i co-fondatori di Osservatorio Globalizzazione, centro di ricerca milanese sui fenomeni globali presieduto dal professor Aldo Giannuli.

A essere in crisi non è la diplomazia in sé, ma l'ordine modello anni '90 del consenso generale globale. Il mondo di domani porterà i Paesi a vivere nelle strutture, più o meno formalizzate, in cui le relazioni a geometria variabile tra le potenze si sostanziano. Sarà un mondo in cui saranno sempre più accettate alleanze *à la carte* come quelle che gli Usa hanno costruito con il duo Quad-Aukus nell'Indo-Pacifico; in cui i forum di confronto, come ha dimostrato il recente summit dei Brics di Kazan (Russia) tenderanno a riunire gli attori su ciò che li unisce, prima che su ciò che li divide.

Tutto questo con un duplice effetto: da un lato, una spasmodica ricerca del pragmatismo in dossier strategici, come dimostrato a Kazan dove binomi come quello Egitto-Etiopia e quello India-Cina si sono seduti allo stesso tavolo su un tema comune, la dedollarizzazione dell'economia mondiale, senza per questo mettere a referto le numerose diatribe che li dividono. Jon B. Alterman e Lily McElwee hanno scritto sul "Center for Strategies and International Studies" che «la tendenza è quella di avere raggruppamenti di Paesi con idee simili che escludono i rivali» e che questo è una risposta a una critica dell'inefficienza di istituzioni come Onu e Fmi da parte dei Paesi del Sud Globale che porta a sostituire «gli sforzi in corso per riformare le istituzioni esistenti basate sui trattati con accordi meno formali, più

flessibili e spesso ad hoc. Questi tipi di nuovi accordi possono differire nei loro principi organizzativi. Alcuni accordi possono e saranno basati sull'ideologia. Le democrazie liberali vorranno a volte unirsi. Tuttavia, altri accordi saranno basati su interessi che prevalgono sulle differenze ideologiche».

Sarà un mondo in cui non sarà più sentita la discussione generalizzata sulle sfide globali. Dalla guerra al terrorismo al Covid-19, passando per la sfida ambientale, queste partite definite come collettive per tutta l'umanità sono state occasione di nuove rivalità strategiche e geopolitiche, di un braccio di ferro costante tra potenze. A favore di un ordine più liquido e dinamico. In cui l'erosione della leadership americana e l'incapacità di altri attori di strutturare un vero e proprio bipolarismo creeranno un mondo *multicaotico* prima che multipolare anche e soprattutto per la territorializzazione della globalizzazione e la spinta a costruire un mondo *à la carte* che ne conseguirà. Senza camere di compensazione, la parola d'ordine sarà conflittualità: il rischio di vivere in un mondo permanente di pre-conflitto e rivalità latenti o palesi pronte a manifestarsi non è da escludere. Il mondo vecchio, quello unipolare, è tramontato. Quello multipolare non sorge ancora. Resta il mondo multicaotico, interregno gramsciano che avvolge tutto. Ed è destinato a durare.

Ho messo like ma non so perché





La fattoria degli animali George Orwell

Ora erano presenti tutti gli animali tranne Mosè, il corvo domestico, che dormiva in casa su un trespolo accanto alla porta sul retro. Quando vide che tutti si erano accomodati ed aspettavano attenti, il Maggiore si schiarì la gola e incominciò: «Compagni, sapete già dello strano sogno che ho fatto questa notte: ma sul sogno tornerò più tardi; prima devo dire qualcos'altro. Non penso, compagni, che rimarrò con voi più a lungo di qualche mese, e prima di morire sento che è mio dovere trasmettervi quel poco di saggezza che ho acquisito. Ho avuto una vita lunga, e molto tempo per riflettere mentre me ne stavo da solo nel porcile, e credo di poter dire che ho compreso il senso della vita meglio di qualsiasi altro animale sulla terra. È di questo che voglio parlarvi. Ora, compagni, qual è il senso di una vita come la nostra? Guardiamo le cose come stanno: la nostra vita è miserabile, faticosa, e breve. Nasciamo, riceviamo il cibo che basta a farci rimanere in vita, e quelli fra noi che ne sono capaci vengono costretti a lavorare fino all'ultimo atomo di energia; poi, nel preciso istante in cui la nostra utilità viene meno, siamo scannati con una crudeltà spaventosa. Dopo un anno di età nessun animale in Inghilterra sa più cosa siano la felicità o il riposo. In Inghilterra nessun animale è libero. La vita di un animale è miseria e schiavitù: ecco la nuda verità».

Se il consenso dura il tempo di un post

di **Luigi Di Gregorio**

Nell'ultimo decennio siamo entrati in una sorta di volatilità sistemica. Due lustri di "montagne russe" in cui abbiamo visto fiammate improvvise e contraccolpi micidiali, con risultati elettorali, governi e alleanze letteralmente di ogni tipo.

Il sottotitolo di questo articolo potrebbe essere: più tattica che strategia, più personalizzazione che professionalizzazione.

L'infosfera digitale e l'economia dell'attenzione costringono qualsiasi personalità politica a cercare il modo di "bucare" la fitta coltre del sovraccarico informativo per non

restare rumore di fondo. L'elettorato sempre più volatile, la personalizzazione della politica, la fine delle metanarrazioni e la crisi della rappresentanza hanno fatto sì che in questi anni la comunicazione si sia per certi versi sostituita alla politica, in ragione di un presentismo dominante e di una "sindrome consumistica" che ci ha abituato a gratificazioni immediate e che non tollera più né il lungo periodo, né la complessità. L'elettore ha bisogno di scorciatoie cognitive e di "soluzioni" rapide e la politica risponde sempre più frequentemente con l'ipercomunicazione – come la

definisce il sociologo francese Christian Salmon – ossia con una comunicazione che gioca con gli effetti annuncio e compensa il “non fare” provando a manipolare il percepito attraverso narrazioni vincenti.

Nietzsche diceva: “non esistono i fatti, esistono solo le interpretazioni”. In politica questo è ancora più vero, dato che quest’ultima è il regno del “gruppismo” – ossia dei tifosi – come dimostrato da numerosissime ricerche di psicologia cognitiva e di neuroscienze. E se questa può ritenersi una costante – nel senso che siamo sempre stati tifosi – ciò che è cambiato negli ultimi anni è il crollo delle credenze condivise, fattori di stabilità e di orientamento, nonché barriere psicologiche verso tutto ciò che è ignoto. Quel crollo ha alimentato la volatilità, il disorientamento, l’individualizzazione, lo schiacciamento sul presente e di conseguenza la crisi della rappresentanza e la crisi di credibilità e di autorevolezza delle fonti ufficiali, spesso in favore di teorie alternative, *fake news* e teorie cospiratorie. Questo scenario costringe spesso i leader politici ad adottare una postura più da follower dell’opinione pubblica, all’inseguimento di un’opinione di massa, a sua volta volatile e oscillante. La sparizione del lungo periodo – un tempo appunto ancorato a credenze stabili – complica parecchio il quadro di una comunicazione politica che finisce spesso per essere tattica e

non strategica, reattiva e non proattiva, e sovente anche contraddittoria. Il che non aiuta la sua credibilità complessiva, come categoria.

Una delle novità più rilevanti della comunicazione di questo decennio è stata sicuramente l’esplosione del sistema ibrido dei media, vale a dire la coesistenza e l’integrazione tra quelli che sovente vengono definiti nuovi media (web, social network, blog, piattaforme di messaggistica) e i media tradizionali (TV, radio, giornali). L’ibridazione è data dalla loro interdipendenza e fluidità (le notizie circolano e rimbalzano dai media analogici a quelli digitali e viceversa), dall’interazione tra gli attori (anche i cittadini possono diventare *citizen journalist* o reporter improvvisati), dalla coo-petizione tra vecchi e nuovi media che nello stesso tempo competono e collaborano per comporre l’agenda mediatica. Ma il tratto dominante per eccellenza della comunicazione politica italiana è la tendenza generalizzata verso la personalizzazione. Un fenomeno che significa diverse cose. *In primis*, che oggi il brand politico per eccellenza è il leader, non più l’ideologia o la piattaforma valoriale e programmatica di un partito. Tuttavia, significa anche che le caratteristiche personali contano più di quelle politiche e che l’autenticità (percepita) è oggi la *killer application* della comunicazione di un politico. E significa, ancora, che



la *life politics* e l'*intimate politics* – il quotidiano e la vita privata – diventano sempre di più ingredienti fondamentali per arrivare a un certo numero di elettori e per provare a convincerli. La tendenza personalizzante non è solo italiana, ma il nostro paese vanta indubbiamente il record di partiti personali e numeri che indicano la preponderanza di questo fenomeno. In un sondaggio uscito immediatamente a ridosso delle elezioni politiche del 25 settembre 2022, è emerso che una percentuale compresa tra il 70% e il 90% degli elettori aveva votato per il leader, non per il programma o per il partito.

Cosa è mancato in termini di comunicazione in un decennio di fiammate improvvise in cui il consenso è sembrato durare il tempo di un tweet?

È mancata la comunicazione strategica *data-driven*, mirata alla definizione di un'identità di brand (di leader e partiti) di lungo periodo. Nell'epoca in cui i dati sono considerati come il petrolio – la materia prima più importante per fare marketing e comunicazione – la politica italiana continua a privilegiare un approccio basato sul talento e sul fiuto dei singoli.

Siamo, dunque, di fronte a una comunicazione solo parzialmente professionalizzata e anche poco *market-oriented* e quindi poco attenta ai reali fabbisogni e desideri del *demos*. Quello che manca, più nello specifico, è la presa di coscienza del fatto che in uno scenario di campagna permanente serve una *control room* (altrettanto permanente) per gestire

Luigi Di Gregorio è docente di Comunicazione Pubblica, Politica e Sfera Digitale e di Web e Social Media per la Politica presso l'Università degli Studi della Tuscia. Insegna inoltre Campaign Management in diversi master e scuole di specializzazione. Da circa 20 anni svolge attività di consulenza politico-elettorale. Già responsabile della comunicazione istituzionale del Comune di Roma, attualmente è consulente di comunicazione strategica del Presidente della Regione Lazio. I suoi libri più recenti sono *Demopathy and the Democratic Malaise. Symptoms, Diagnosis and Therapy* (Edward Elgar, 2021) e *War Room. Attori, strutture e processi della politica in campagna permanente* (Rubbettino, 2024).

la comunicazione strategica, basata sui dati e con obiettivi di lungo periodo. Un team di esperti esterni a supporto delle decisioni di comunicazione più rilevanti e per la comunicazione di crisi, a maggior ragione in virtù del ritmo dei cambiamenti dell'innovazione tecnologica e dell'arrivo dirompente dell'intelligenza artificiale (per una doppia ipotesi di *control room permanente*, rimando al mio libro recente *War Room*, Rubbettino, 2024).

In questo senso, una svolta più marcata verso il marketing politico potrebbe ridurre lo iato tra clas-

se politica ed elettori così come tra istituzioni e cittadini. E aiutare alla ricerca del purpose, cioè della fiducia e della fidelizzazione perduti. E dunque, quello che per molti è uno dei mali della politica di oggi – il marketing, appunto – potrebbe invece salvare in un certo senso la democrazia. Purché lo si intenda nel modo giusto, non come “vendere” qualcosa, bensì come l'insieme di attività che permette di costruire una connessione emotiva e una relazione duratura col proprio pubblico, a partire dallo studio dei dati, dei comportamenti e delle preferenze di quest'ultimo.



In Media stant mundi

intervista a **Virginia Stagni** a cura di **Beatrice Pecchiari**

Rapidità e fluidità sono le cifre del mondo dell'informazione, fra nuovi format, tecnologie digitali ed evoluzione delle modalità di fruizione delle notizie. In questo scenario, le nuove generazioni rivestono un ruolo chiave nella trasformazione del mondo dell'informazione. «È molto diffuso lo stereotipo del giovane che non legge. In realtà i giovani sono informati e sono esposti a un sovraccarico di notizie, fra media tradizionali e innovativi.» afferma Virginia Stagni, oggi Chief Marketing Officer di The Adecco Group e già Head of Business Development e Talent Director al

“Financial Times”. *«Il tema è quindi come rendere accessibile e democratica l'informazione, soprattutto quando questa è utile per il cittadino. Penso che i media tradizionali si stiano mettendo in gioco, sperimentando nuovi format, avvicinando il pubblico. In questo contesto le giovani generazioni rivestono un ruolo importante perché contribuiscono a innescare il cambiamento. Sono i lettori del futuro, dei quali i giornali hanno bisogno e di cui devono percepire le esigenze per potersi trasformare, senza tuttavia mai abbandonare la tradizione che aiuta a mantenere alta la qualità dell'informazione.»*



Fra le principali sfide quella della disinformazione è sempre più presente e dilagante. *«Per conquistare, e riconquistare, il rapporto di fiducia con il lettore, i media devono basarsi sempre sul fact-checking. In questo si gioca moltissimo la sostenibilità e la credibilità del brand. Un meccanismo valido anche per le aziende, che devono garantire coerenza fra quello che comunicano e quello che realizzano. Tanto i giornali quanto le aziende, di fatto, vivono di consenso, che trae la sua forza dal rapporto di fiducia attivo e veritiero con il pubblico. Nel caso specifico dei giornali – penso al “Financial Times” per cui ho lavorato – il business model si basa sulla sostenibilità della membership, sottoscritta da chi si fida di quel giornale e attraverso quello vuole informarsi. Fiducia e consenso quindi vanno a braccetto.»*

In relazione a questa dinamica il rapporto fra media e imprenditorialità è cruciale. L'evoluzione del settore editoriale, guidata dalle nuove tecnologie e dai cambiamenti nelle abitudini dei consumatori, richiede una maggiore integrazione tra competenze editoriali e capacità imprenditoriali. *«L'innovazione digitale ha portato a dover rivedere i modelli di business e il concetto di imprenditorialità. Credo che si possa essere imprenditori anche all'interno di grandi gruppi editoriali. Talvolta guardiamo ai giornali solo come redazioni e ci dimentichiamo che sono, prima di tutto, un'impresa editoriale, un'azienda. Per questo le figure manageriali sono fondamentali.*



Ma le imprese editoriali hanno bisogno di manager che non devono essere prestatati dal desk della redazione ma devono saper gestire e rendere sostenibile il modello di business. Un brand, per quanto forte, non può sopravvivere senza una gestione strategica adeguata.»

Questo meccanismo passa attraverso un impiego mirato della tecnologia, fondamentale per saper coglie-

Virginia Stagni è Chief Marketing Officer di The Adecco Group. Già Head of Business Development e Talent Director al “Financial Times”, è stata la più giovane manager in oltre 130 anni di storia del quotidiano dove ha ricoperto un ruolo centrale nella definizione della strategia di crescita. Si occupa di sfide intergenerazionali in ambito aziendale e dell’arte di attrarre nuovi talenti, oltre che di innovazione nel campo dei nuovi media.

re le sfide del settore. *«Il vantaggio che abbiamo, soprattutto noi giovani, è che siamo consapevoli della natura complessa del mondo dell’informazione, dell’importanza di diversificare ma anche di puntare su un determinato target. Credo che la fiducia, il consenso del brand – anche se il giornale non vuole essere definito tale – si costruisca sulla sua credibilità e sul sapersi rivolgere a un’audience specifica. Rispetto a questo tema, nel mondo anglosassone la tecnologia è centrale già da diversi anni nell’evoluzione del mondo dei giornali, non solo per attrarre i giovani ma anche per riuscire a intercettare le informazioni e le fonti giuste, e per rendere tutto il sistema più veloce ed efficiente. Il modello del “Financial Times”, ad esempio, è basato per metà su un utilizzo strategico dei dati.»*

Come in tutti i settori, anche il giornalismo ha bisogno di nuovi profili, in grado di integrare il set di competenze umanistiche con quelle più legate al dato e alla dimensione tecnologica: *«È importante avere risorse esperte di Data Analytics, Marketing, Customer Care. Ma soprattutto è fondamentale che queste abbiano passione per il prodotto finale, che sia il giornale o altro. In Italia siamo ancora troppo intorpiditi dai profili ibridi e di background diversi. Ma la fiducia e il consenso si raggiungono anche attraverso una squadra caratterizzata da una sua ricchezza.»*

Abbracciare questa prospettiva è l’unica strada per continuare a dare centralità a una informazione di

qualità, perché la missione del giornalismo non cambia. *«Il “Without Fear, Without Favour”, principio cardine del “Financial Times” resta valido anche nell’era dell’intelligenza artificiale. La fiducia e il consenso di basano sempre sulla capacità di dare informazioni credibili e autorevoli, in termini di fonti, e inclusive per i punti di vista, in grado di costruire quel rapporto autentico con il cittadino. Nella dieta informativa cambiano i formati, ma non l’assunto.»*

Per questo è fondamentale puntare sulla formazione: *«Quello che deve cambiare è come educiamo a una corretta fruizione delle notizie. Il problema vero, troppo sottovalutato, è che le giovani generazioni non sono educate alla lettura, stimolate come sono da un sistema fatto di notifiche che distolgono costantemente l’attenzione e riducono le modalità di apprendimento. Dobbiamo insegnare ai giovani a riscoprire il valore della concentrazione. Favorire la diffusione di un consenso sano significa formare le persone a informarsi, anche grazie alla sinergia tra scuole, giornali e imprese.»*

Un approccio che guarda all’esterno e alle esigenze del pubblico: *«Per i giornali, come per le aziende, la ricetta è quella dell’ascolto, aprendo le porte per evitare l’effetto “torre d’avorio” e investendo nelle persone, facendo conoscere loro il purpose e mostrandone la coerenza con la propria strategia. Solo così sarà possibile attrarre lettori.»*

Questione di fede, anima del domani



Senza radici

Marcello Pera e Joseph Ratzinger

Samuel Huntington ha sintetizzato questo pensiero diffuso nell'Occidente con la seguente tesi, che è il succo politico del suo celebre, più esorcizzato che letto, saggio sullo scontro di civiltà: «Nell'emergente mondo di conflittualità etnica e di scontri di civiltà, la fede occidentale nella validità universale della propria cultura ha tre difetti: è falsa, è immorale, è pericolosa». Per tale modo di pensare, la questione dell'«esportazione» della democrazia, di cui tanto si è discusso in relazione alla seconda guerra in Iraq e all'iniziativa lanciata dal presidente americano George W. Bush del «Grande Medio Oriente», è un caso tipico. (...)

Ognuno può facilmente convincersi di quanto questo impasto di timidezza, prudenza, convenienza, ritrosia, timore sia penetrato nelle fibre dell'Occidente riflettendo su un sintomo che lo rivela. Si tratta della forma di autocensura e autorepressione che si nasconde sotto le vesti di quello che si chiama solitamente «linguaggio politicamente corretto», il quale è una sorta di «neolingua» che l'Occidente oggi usa per ammiccare, alludere, insinuare, ma non per dire o affermare o sostenere.

I tanti volti della religiosità contemporanea

del **Cardinale Gianfranco Ravasi**

«La fede è la più alta passione di ogni uomo. Ci sono forse in ogni generazione molti uomini che non arrivano fino ad essa, ma nessuno va oltre». Così scriveva nel 1843 il filosofo danese Søren Kierkegaard, esaltando ma anche definendo il limite sublime dell'esperienza religiosa. Un secolo prima, però, un altro filosofo, l'inglese David Hume aveva ammonito che «gli errori della filosofia sono sempre ridicoli, quelli della religione sono sempre pericolosi». Conosciamo tutti la verità di questa asserzione attraverso il fondamentalismo, una malattia che intacca, più o meno

gravemente, tutte le espressioni religiose. Con l'acutezza che gli era tipica, il famoso scrittore argentino Jorge Luis Borges nei suoi *Labirinti* (1936) affermava lapidariamente che «è più facile morire per una religione che viverla pienamente».

Queste tre voci eterogenee ma tutte significative possono fare da sfondo al nostro abbozzo minimo sul tema della spiritualità e del dialogo interreligioso all'interno della società contemporanea. Si tratta ovviamente di un orizzonte immenso perlustrato da più discipline, dalla



teologia alla filosofia, dalla sociologia all'antropologia culturale e così via. Considerata la molteplicità delle traiettorie possibili, necessariamente ne dobbiamo escludere molte, anche se rilevanti: pensiamo solo al rapporto tra fede e politica che può oscillare sempre tra teocrazia e secolarismo, oppure alla questione dei nuovi linguaggi introdotti dall'infosfera o ancora al nesso dialettico tra scienza e fede.

Proponiamo, allora, solo due percorsi di riflessione. Il primo è sostanzialmente negativo e registra un fenomeno diffuso e dai risvolti antitetici. Si deve innanzitutto riconoscere un *ritorno al sacro* e a una spiritualità fluida con una fede *à la carte* sulla quale ognuno può confezionare un menu personale di vita e di interiorità. È stato, ad esempio, il Dio fluido e inconsistente della New Age (ora in crisi), simile a una Medusa, avvolto in melodie un po' melense, collocato sugli altari di raffinato design all'interno di templi simili a club di fitness dell'anima, con un'«eucaristia» analoga a una dieta purificatrice, capace di miscelare messaggio e massaggio, yogurt e yoga.

Oppure, al contrario, è di scena il Dio tempestoso e minaccioso, pronto a far esplodere questo mondo e la sua storia posti sotto il vessillo del Drago rosso satanico, come propugnano i gruppi apocalittici e fondamentalisti. O ancora è il Dio delle reiterate teofanie che amerebbe le visioni, le

apparizioni, i miracoli, i colpi di scena, come vuole un certo diffuso devozionalismo anche cattolico.

Accanto a questo revival della religiosità si registra, però, un altro fenomeno antitetico, quello dell'indifferenza superficiale. Il citato Søren Kierkegaard nel suo *Diario* annotava: «La nave è in mano al cuoco di bordo e ciò che trasmette il megafono del comandante non è più la rotta, ma ciò che mangeremo domani». Con le mani alzate in segno di adorazione e di resa di fronte al Moloch della comunicazione di massa o della tecnologia, l'uomo contemporaneo sa tutto sui cibi e sui vestiti, sulle mode e sui consumi, su Internet e sull'intelligenza artificiale, ma non è più in grado di porsi le domande autenticamente *umane*, spirituali e culturali che tormentano la coscienza. Non sa più o non si interessa più a scoprire il senso della vita, le radici dell'essere, la via del bene e quella del male, la meta dell'esistenza. Conosce il prezzo di tutto ma ignora il valore vero della realtà.

Di fronte a questo panorama critico è necessario proporre una seconda riflessione che delinea le nuove opzioni positive della spiritualità e della religiosità. Innanzitutto è da segnalare da parte delle Chiese un ritorno alle radici valoriali profonde basate soprattutto sulle istanze evangeliche. Esse favoriscono il rimando ai testi sacri fondativi e generano uno

spirito ecumenico maggiore, nella linea del Concilio Vaticano II. Sostengono un impegno caritativo e, in generale, d'impronta più sociale, sulla scia del precetto cristiano dell'amore. In questa luce è da sottolineare la forza e la voce di papa Francesco, che ha un'eco anche fuori dai confini ecclesiali: emblematica è l'enciclica *Fratelli tutti* (2020), così come sono incisivi l'impegno del volontariato, soprattutto tra i giovani, e delle istituzioni tipiche (ad esempio la Caritas) e la pratica della giustizia sociale.

Viva è pure la sensibilità nei confronti del tema ecologico e, quindi, della cura della casa comune che è la Terra. Anche in questo caso è stata l'enciclica *Laudato si'* (2015) che ha esaltato le dimensioni non solo scientifiche e sociali di questo problema, ma anche la sua valenza religiosa e morale. Un'attenzione specifica è ormai riservata anche al mondo della comunicazione attuale che, con la nuova cultura digitale e informatica, esige che si elabori un linguaggio religioso comprensibile alle comunità e all'orizzonte "laico", senza per questo cadere negli eccessi semplificatori e provocatori presenti nei mass media.

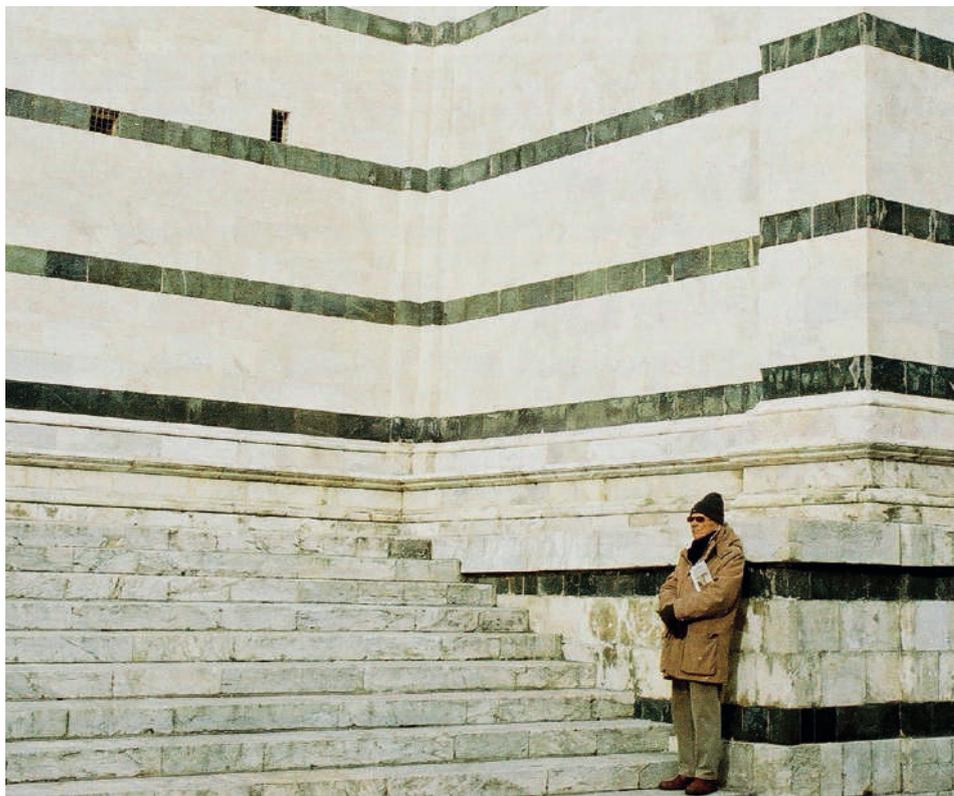
Si potrebbe proseguire a lungo nell'identificare i programmi che tutte le religioni stanno ora assumendo e sviluppando su questi e altri soggetti. L'equilibrio necessario da custodire è, comunque, sempre quello del tenere insieme queste realtà *penulti-*

me, ossia storiche, e le *ultime* ossia i valori di senso globali sia teologici sia antropologici, così da impedire la riduzione delle istituzioni religiose a semplici agenzie caritative e sociali. Indispensabile permane, a livello generale, l'opera di inculturazione, cioè di presenza efficace nelle coordinate del nostro tempo, un'opera per altro sempre attuata dal cristianesimo, a partire dalla figura di Paolo l'apostolo, opera continuata nei secoli successivi attraverso il confronto con le diverse culture storiche.

In questa prospettiva, a suggello della panoramica molto semplificata finora delineata, dobbiamo sottolineare che si sta sempre più affermando la necessità del *dialogo* nonostante le resistenze di certi strati conservatori e fondamentalistici. Esso può esprimersi lungo due versanti. Da un lato, quello interreligioso che ha un campo impegnativo di esercizio soprattutto nel confronto con l'islam, senza per questo escludere le altre tradizioni religiose. Emblematico è il documento *Sulla fratellanza per la pace mondiale e la convivenza comune*, firmato il 4 febbraio 2024 ad Abu Dhabi da papa Francesco e dal Grande Imam di al-Azhar. Si ricordi anche la straordinaria opera del gesuita Matteo Ricci (1552- 1610) col mondo cinese.

D'altro lato, sulla scia dell'intuizione dei Padri della Chiesa che rimandavano ai «semi del Verbo» divino

Gianfranco Ravasi nato nel 1942 a Merate (Lecco), esperto biblista ed ebraista, è stato docente di Egesi biblica e Prefetto della Biblioteca-Pinacoteca Ambrosiana di Milano. Arcivescovo dal 2007, creato cardinale da Benedetto XVI nel 2010, è Presidente emerito del Pontificio Consiglio della Cultura e della Pontificia Commissione di Archeologia Sacra. È il Fondatore del *Cortile dei Gentili*, Fondazione che sotto la sua guida si occupa di promuovere il dialogo tra credenti e non credenti sui grandi temi e le sfide che interessano la società contemporanea. Autore di oltre 150 volumi, è apprezzato per la sua capacità divulgativa. Il suo ultimo libro è *Ero un blasfemo, un persecutore e un violento. Biografia di Paolo* (2024).



sparsa in tutte le fedi e le culture, si è sempre più aperti al dialogo anche col mondo non credente. Il confronto si svolge oggi attorno ai temi capitali dell'essere e dell'esistere, come la vita e la morte, la giustizia e il perdono, l'amore e l'eros, il creato e la scienza e così via: esemplare in questo senso è la Fondazione "Cortile dei Gentili", dedicata proprio ad incrementare questo dialogo tra credenti e non credenti.

In conclusione possiamo affermare che nell'attuale orizzonte così molteplice e polimorfo, la via del dialogo-confronto, senza facili irenismi o

concordismi, rimane il tracciato da seguire, anche sulla scia del principio formalizzato da Paolo: «Vagliate ogni cosa e tenete ciò che è buono/bello (*kalón*)» (1Tessalonicesi 5,21). Tuttavia, se è vero che il fondamentalismo etnocentrico e integralistico è la negazione esplicita dell'interculturalità, lo sono però anche le forme di sincretismo e relativismo, che più facilmente tentano civiltà stanche e divenute meno identitarie come quelle occidentali e che sono frutto del *politeismo dei valori* creato da incroci socio-culturali soprattutto col fenomeno dell'urbanizzazione.

Anche l'atteggiamento che propone vaghe religioni *unitarie* su pallidi e inoffensivi denominatori comuni si oppone al vero dialogo. Quest'ultimo, infatti, suppone nei due soggetti un confronto di identità e di valori, certo per un arricchimento reciproco, ma non per una dissoluzione in una generica confusione o in un appiattimento. Come l'eccesso di affermazione identitaria può diventare duello non soltanto teorico, ma anche armato, così il concordismo generico può degenerare in un incolore uniformismo o in una *con-fusione* relativistica. Conservare l'armonia della diversità nel dialogo e nell'incontro, come accade nel duetto musicale (che crea armonia pur nella radicale differenza dei timbri di un basso e di un soprano), è la meta di una genuina e feconda esperienza interculturale e interreligiosa.

La Chiesa nel tempo del domani

di **Tommaso Cappelli**

Ogni epoca, i tanti *oggi* che l'umanità ha vissuto e plasmato, ha portato con sé una profonda trama di inquietudini, incertezze e desideri. Tutte sensazioni cristallizzate nel timore umano di essere colti impreparati al futuro che incombe, radicate nel contraddittorio tentativo di conoscere forme e modalità di un presente prossimo, quindi indecifrabile. L'uomo, per indole, non rinuncerà mai alla sua corrispondenza con il domani. È un rapporto angosciante e affascinante, che può assumere caratteri spesso conflittuali, se non interpretato e guidato dalla sfera

spirituale. Di fronte alle incertezze del domani e alle reali sfide che il mondo contemporaneo pone, fede e spiritualità hanno sempre collocato l'umanità all'interno di un vortice di speranza. Pietra d'angolo di questa considerazione, la consapevolezza che l'uomo di fede, rispetto al tema del domani, non è stato mai stimolato a porre un'attenzione meramente progettuale, limitata ad una visione di orientamento pratico della propria vita.

Questa profonda speranza riposta nel futuro, anche se umile e misurata, è garanzia di prospettive più ampie

sia per il singolo che per la collettività, sia per l'uomo che per la Chiesa, impegnata nella comprensione dei cambiamenti d'epoca sociali e culturali, interni ed esterni, quali l'avanzata del secolarismo, il calo delle vocazioni e la crisi della cristianità. È proprio nella dimensione di difficoltà e di crisi (dal greco *krisis*, ossia decisione, scelta), riconoscendone l'intrinseca funzione trasformativa, che le istituzioni e le comunità ecclesiali possono cogliere autentiche opportunità di rinnovamento e discernimento. La valenza teologica e antropologica della crisi può costituire quindi uno spazio inedito di purificazione e riscoperta della fede, superando abitudini consolidate e sterili consuetudini, per tracciare il cammino verso un orizzonte prossimo.

Dinanzi un presente complicato, che automaticamente pone una domanda esistenziale relativa al futuro, la Chiesa guidata da Papa Francesco ha riconosciuto l'urgenza di operare scelte coraggiose, assimilare nuove forme di presenza e di testimonianza nella società. Scelte che non delineano un ritorno a modelli passati, perché governate dall'immobile contemplazione di ciò che è stato, ma concepite per ripensare il proprio ruolo, sviluppando nuove forme di missionarietà ed evangelizzazione, congrue al mondo del prossimo decennio. Uno dei possibili scenari per la Chiesa del futuro è la maturazione quindi di una conversione pastorale, l'affermazione di

una struttura più dinamica, trasparente e sinodale, basata sulla partecipazione attiva di tutti i fedeli, non solo del clero, promuovendo un processo globale capace di coinvolgere anche le comunità locali, luogo effettivo di autentico ascolto e dialogo.

Il modello sinodale germoglia da una promessa di riequilibrio, inclusività e nuova rappresentanza, stimolata dal desiderio di essere "Chiesa in uscita". In questo scenario, una maggiore partecipazione dei laici, le voci delle donne e delle minoranze, il riesame dei processi decisionali, ad ogni livello, rappresentano elementi chiave per lenire e superare le tensioni, alimentate da una crescente polarizzazione, propria delle comunità cattoliche e non solo. Se, nel corso del tempo, l'eccessivo clericalismo si è posto con diffidenza nei confronti della corresponsabilità, guidato da una concezione di autosufficienza, è consequenziale immaginare che la Chiesa del futuro sia caratterizzata da una maggiore valorizzazione del ruolo e del protagonismo delle donne e, più in generale, dei laici. I quali, attraverso il battesimo, sono chiamati ad esercitare un ruolo attivo nella missione ecclesiale.

Questo significherebbe anche colmare il divario tra popolo e gerarchia, prediligendo alla logica dualista dell'*aut-aut*, la supremazia dell'*et-et*, la propensione alla congiunzione quindi alla coesistenza, alla molteplicità.



Di pari passo la spiritualità si evolverà, integrando pratiche tradizionali con nuove forme di espressione religiosa, capaci di accompagnare le persone nel loro cammino di fede, come esemplificato nel racconto dei discepoli di Emmaus. Si evolverà anche per offrire conforto a chi, oggi, non si sente accettato e nuova speranza a chi si è allontanato, cercando di decifrare le ragioni della fuga per renderle occasioni di ritorno. Continuerà l'impegno per la valorizzazione dell'esperienza di fede in un contesto di vita quotidiana, senza mai venire meno alla centra-

lità della dimensione comunitaria. Dimensione che in questi anni, segnata dalla secolarizzazione e crisi della partecipazione nelle parrocchie, l'associazionismo cattolico ha salvato e promosso con ammirevole tenacia e dedizione. Pastoralmente, è presumibile che la Chiesa del futuro si muoverà anche verso una maggiore personalizzazione della cura delle anime. La figura del parroco, sempre più rara, come unico referente pastorale sarà affiancata invece da un gruppo di lavoro composto da laici e altri religiosi, capaci di rispondere alle diverse esigenze delle comunità.

Tommaso Cappelli è laureato in Sociologia, Scuola di Scienze Politiche, all'Alma Mater Studiorum Università di Bologna e ha studiato Relazioni istituzionali e Public Affairs. Successivamente ha conseguito un Master in Sicurezza Economica, Geopolitica e Intelligence presso la Società Italiana per l'Organizzazione Internazionale. Dal 2018 si occupa di comunicazione per istituzioni, enti locali e aziende. Ha curato diverse campagne elettorali e ricoperto incarichi di segreteria e consulenza presso l'Assemblea Legislativa della Regione Emilia-Romagna, Senato della Repubblica e Presidenza del Consiglio dei Ministri. Membro dello staff della Segreteria Generale del Sinodo, attualmente è *Institutional Relations specialist* per Maroni & Associati e consulente per la comunicazione della Presidenza nazionale di Azione Cattolica Italiana.



In questo scenario la formazione continua dei laici e il rafforzamento delle reti di supporto reciproco tra parrocchie e diocesi risulteranno essenziali.

Inoltre, ci sarà una crescente attenzione alla pastorale delle periferie, sia fisiche che spirituali, dove si alimentano situazioni di fragilità e disagio. L'ascolto attivo e nuove forme di dialogo diventeranno strumenti fondamentali per costruire ponti tra la Chiesa e il mondo.

Non sarà infatti complicato immaginarsi, nel prossimo decennio, una Chiesa protagonista nel digitale, capace di avvalersi con efficacia dei nuovi media, cogliendo le opportunità offerte per la formazione spirituale e l'evangelizzazione. Le piattaforme online permettono una diffusione più ampia del messaggio

cristiano, favorendo anche una nuova forma di catechesi e il rinnovamento delle strutture comunicative già esistenti. La promozione di una *cultura del digitale* non implicherà un progressivo abbandono della dimensione fisica e sacramentale ma piuttosto un'integrazione di nuove modalità di comunicazione ed incontro. Aumenterà di pari passo, nelle singole diocesi, la presenza dei *missionari digitali*, consacrati e laici che hanno scelto di testimoniare la Parola nella cultura contemporanea. Le sempre più frequenti collaborazioni tra comunità di evangelizzatori digitali, provenienti da continenti differenti, ha enfatizzato ulteriormente la varietà di culture e tradizioni che compongono oggi la Chiesa. L'aumento della popolazione cattolica in Asia e in Africa, ad esempio, sta portando alla ribalta nuove forme di espressione religiosa, non adottate nel Vecchio Continente, che arricchiscono il panorama ecclesiale. L'interculturalità sarà quindi una delle caratteristiche principali della Chiesa del futuro che, se capace di accogliere e valorizzare il fraterno dialogo tra le pluralità delle sue culture, lingue e spiritualità, individuerà nuove forme e spazi per vivere la fede senza comprometterne essenza ed unità. Reinventarsi per continuare a camminare insieme, mantenendo fede alla missione evangelica e, al tempo stesso, le braccia aperte al mondo e gli occhi rivolti al futuro, perché il tempo della Chiesa è l'avvenire.

Le frontiere dell'innovazione



Quando abbiamo smesso di capire il mondo Benjamín Labatut

Nel luglio del 1926 il fisico austriaco Erwin Schrödinger si recò a Monaco di Baviera per presentare una delle equazioni più belle e strambe mai concepite dalla mente umana.

Da un giorno all'altro era diventato una star internazionale per aver trovato un procedimento semplice in grado di descrivere ciò che accade all'interno degli atomi. Applicando formule simili a quelle che si usavano già da secoli per prevedere il moto ondoso, Schrödinger era riuscito in un'impresa apparentemente impossibile: mettere ordine nel caos del mondo quantistico, facendo luce sulle orbite degli elettroni intorno al nucleo attraverso un'equazione così potente, elegante e bizzarra che i più entusiasti non esitarono a definirla "trascendentale".

Ma la sua attrattiva principale non era la bellezza né l'enorme quantità di fenomeni naturali che consentiva di spiegare; a conquistare l'intera comunità scientifica fu la possibilità di visualizzare ciò che succedeva alla scala più piccola della realtà. Per chi si era posto l'obiettivo di analizzare i fondamenti della materia, l'equazione di Schrödinger fu un fuoco prometeico che permise di dissipare l'oscurità impenetrabile del regno subatomico, rivelando un mondo che prima di allora era rimasto celato dietro un velo di mistero. La teoria di Schrödinger sembrava confermare che le particelle elementari si comportavano in modo simile alle onde. Se quella era davvero la loro natura, significava che avrebbero obbedito a leggi conosciute e comprensibili, leggi sulle quali tutti i fisici del pianeta si sarebbero trovati d'accordo. Tutti tranne uno.



Fate spazio allo Spazio

di **Umberto Guidoni**

Il 4 ottobre del 1957 il mondo fu colto di sorpresa dal lancio dello Sputnik 1, il primo *compagno di viaggio* della Terra. Fu l'evento che segnò l'inizio dell'era spaziale. Da allora molte cose sono cambiate. Veicoli automatici sono atterrati su pianeti, lune e asteroidi del sistema solare e le due sonde Voyager, lanciate nel 1977, stanno addirittura viaggiando nello spazio interstellare. Nel 1964 c'erano poco più di 50 satelliti in orbita terrestre. Oggi ce ne sono oltre 10mila, con decine di migliaia pronti a essere lanciati nei prossimi anni. Le previsioni meteorologiche, l'agricoltura,

i trasporti, la gestione dei disastri e molte altre attività dipendono dai dati provenienti dallo spazio e i servizi satellitari sono ormai parte integrante della nostra vita quotidiana. Un tempo quasi esclusiva competenza delle agenzie governative, questi servizi sono ora anche appannaggio del settore privato, grazie ai recenti progressi tecnologici nei materiali, nell'elettronica e nella propulsione, che hanno reso più facile e meno costoso l'accesso allo spazio.

Un'altra novità è la rapida crescita dei servizi utilizzabili direttamen-

Umberto Guidoni è un astronauta, astrofisico e divulgatore.

Selezionato come astronauta dalla NASA, effettua il suo primo volo in orbita nel 1996 a bordo dello Space Shuttle *Columbia*.

Nel 2001, con la navetta *Endeavour*, diventa il primo europeo a salire a bordo della Stazione Spaziale Internazionale. In qualità di esperto di spazio, partecipa a trasmissioni radiofoniche e televisive, pubblica articoli per giornali e riviste ed è autore di saggi e libri per ragazzi. Nominato *Commendatore* dal Presidente Scalfaro e successivamente *Grande Ufficiale* dal Presidente Ciampi, ha ricevuto la medaglia di *Exceptional Service* dalla NASA per le attività svolte durante i suoi voli spaziali.

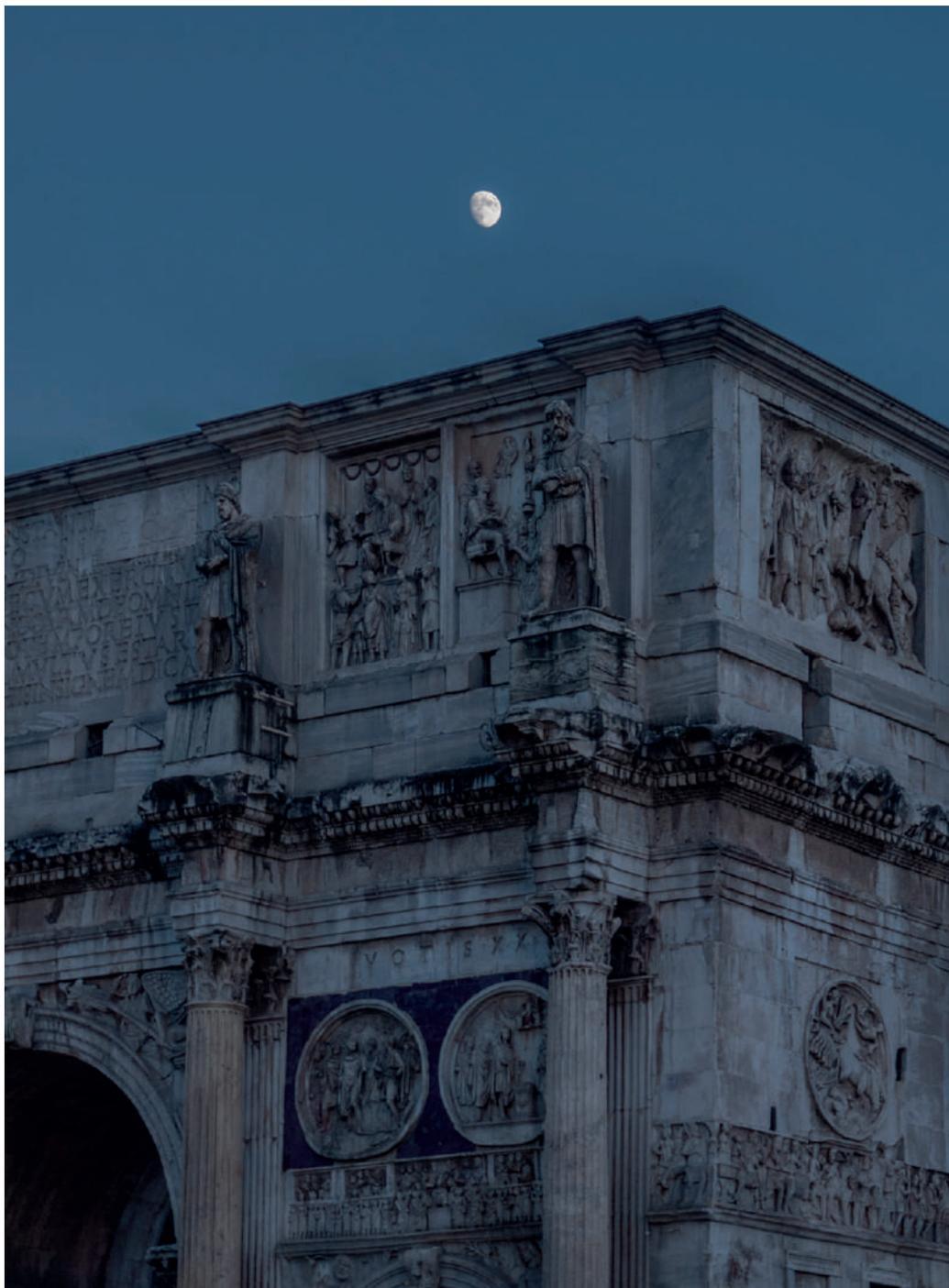
te nello spazio. I costi ridotti hanno favorito la nascita di nuove startup e spinto le aziende aerospaziali tradizionali a esplorare nuove opportunità che un tempo sembravano troppo costose o difficili. I miglioramenti tecnologici hanno anche attirato gli investitori, determinando un aumento significativo dei finanziamenti privati nel settore spaziale. Il potenziale per applicazioni spa-

ziali innovative è significativo, specialmente se le industrie aerospaziali e le aziende che non si sono mai avventurate in orbita creeranno partnership. Per esempio, le compagnie farmaceutiche potrebbero utilizzare laboratori orbitali per studiare la crescita cellulare, mentre la produzione di semiconduttori potrebbe essere trasferita nello spazio, sfruttando la microgravità per realizzare chip più



performanti. Queste possibilità, che solo una decina di anni fa sembravano pura fantascienza, diventeranno realtà nel prossimo futuro.

Non diversa è la situazione del volo umano. Pochi anni dopo lo storico volo di Gagarin, Armstrong e Aldrin misero piede sulla Luna. L'avventura lunare durò solo un triennio, ma la presenza umana nello spazio si è comunque consolidata, soprattutto grazie alla realizzazione di basi in orbita terrestre. La più importante, l'International Space Station (ISS), è operativa da quasi 25 anni e ha ospitato centinaia di astronauti di oltre venti Paesi, che l'hanno abitata per mesi. Tuttavia, fino al 2020, tutti gli equipaggi sono andati nello spazio esclusivamente a bordo di veicoli appartenenti alle agenzie spaziali di tre Paesi: Russia, Stati Uniti e Cina. Negli ultimi anni, grazie anche alle ricerche e alle tecnologie sviluppate da compagnie private, stiamo assistendo a una *nuova era spaziale*, caratterizzata da un accesso allo spazio senza restrizioni. Un esempio significativo è quello di SpaceX, l'azienda di Elon Musk, che ha costruito un veicolo commerciale capace di trasportare equipaggi di quattro persone in orbita attorno alla Terra. Da oltre tre anni, gli astronauti della NASA e delle altre agenzie coinvolte nelle operazioni della ISS raggiungono la base orbitante utilizzando proprio il veicolo Crew Dragon. Oltre a SpaceX, sono all'opera colos-





si come Boeing e compagnie meno note, come Blue Origin di Jeff Bezos, impegnate nella realizzazione di veicoli spaziali per il trasporto di passeggeri in orbita, magari diretti verso stazioni spaziali commerciali che saranno costruite da aziende emergenti come Axiom Space o più affermate, come Lockheed Martin. Se l'orbita terrestre sembra essere la meta più immediata, non possiamo trascurare la Luna, che è tornata improvvisamente di moda. Dopo più di 50 anni, il traffico intorno al nostro satellite sta progressivamente aumentando, con numerose missioni robotiche che hanno raggiunto l'orbita lunare, si sono allunate e hanno persino riportato campioni di suolo sulla Terra. Alcune di queste missioni sono state condotte da enti governativi, come l'agenzia spaziale cinese o quella indiana, mentre altre hanno visto protagoniste compagnie private statunitensi, giapponesi ed europee.

Il rinnovato interesse per la Luna è in parte dovuto alla possibilità di ricavare materie prime dal suolo lunare. La risorsa più importante è l'acqua, presente sotto forma di ghiaccio ai poli del nostro satellite. L'acqua sarà essenziale per la vita degli astronauti e per produrre in loco il carburante per i futuri razzi diretti verso Marte. Aziende private, come iSpace e Astrobotic, stanno pianificando missioni automatiche per esplorare il Polo Sud lunare e sviluppare le tecnologie necessarie per estrarre me-

talli come il neodimio o il lantanio, alcune tra le cosiddette terre rare, fondamentali per i settori hi-tech.

Con i robot arriveranno anche gli astronauti. Il nuovo programma lunare della NASA mira a riportare gli esseri umani sul nostro satellite. Entro la fine del decennio verrà costruita una base attorno alla Luna e saranno effettuate missioni di esplorazione sul suolo lunare. Il programma Artemis prevede la partecipazione di molti Paesi e vedrà una stretta collaborazione tra soggetti istituzionali e compagnie private. Se la Luna è l'obiettivo immediato, Marte sarà la vera destinazione del futuro, almeno secondo i piani della NASA, ma anche di Elon Musk, che sta realizzando la gigantesca Starship per raggiungere il pianeta rosso.

Lo spazio è passato dall'essere un settore riservato alle istituzioni pubbliche a un'attività trasversale, capace di offrire nuove opportunità a imprese, enti e cittadini. Le missioni un tempo accessibili solo a poche potenze mondiali, stanno diventando una realtà anche per molti Paesi emergenti, con benefici in termini di sviluppo economico e innovazione. La ripresa dell'esplorazione spaziale oltre l'orbita terrestre porterà risorse importanti e nuove scoperte, contribuendo anche ad avvicinare i giovani alla scienza e alla tecnologia, come avvenne per la mia generazione, ispirata dalle imprese degli astronauti delle missioni Apollo.

Dalla Terra alla Luna, il futuro dell'esplorazione

Negli ultimi anni, l'esplorazione spaziale ha subito una trasformazione significativa, con obiettivi sempre più concreti come la Luna, Marte e il Sole. Questa evoluzione non è solo scientifica, ma anche economica e tecnologica, con implicazioni profonde per la Terra. La Luna è tornata al centro dell'esplorazione globale e potrebbe diventare una base per infrastrutture energetiche e minerarie grazie alle sue risorse, come l'elio-3 per l'energia pulita e l'acqua ghiacciata per il carburante delle missioni future.

Lo spazio offre infatti anche soluzioni energetiche innovative, come la raccolta di energia solare tramite costellazioni di satelliti, capaci di trasmetterla sulla Terra senza interruzioni. Questa tecnologia ha un impatto significativo sull'economia e la sostenibilità, accelerando la transizione verso fonti rinnovabili. L'esplorazione spaziale porta quindi benefici tangibili

anche sulla Terra: le tecnologie sviluppate nello spazio trovano applicazioni in settori come quello dell'agricoltura, della medicina e della gestione delle risorse.

I satelliti di monitoraggio, ad esempio, stanno trasformando la gestione dei cambiamenti climatici e dei disastri naturali, offrendo dati in tempo reale utili per migliorare la gestione ambientale. Marte è la prossima grande sfida, con missioni robotiche e satellitari già in corso per raccogliere dati sul passato e il potenziale di abitabilità del pianeta. L'obiettivo a lungo termine è quello di inviare missioni umane entro il 2030, richiedendo lo sviluppo di tecnologie avanzate per la propulsione e la sopravvivenza in ambienti ostili. Le prospettive economiche sono notevoli: l'estrazione di risorse da asteroidi o lune ricche di ghiaccio e metalli rari potrebbe ridurre la dipendenza dalle risorse terrestri e aprire un nuovo settore in-

dustriale nello spazio.

La crescente partecipazione delle aziende private nell'esplorazione spaziale sta trasformando il settore, con collaborazioni tra privati e agenzie spaziali che accelerano l'innovazione e riducono i tempi di sviluppo. Questo aumento delle attività spaziali rende necessaria una governance globale: il diritto spaziale dovrà evolversi per regolamentare l'uso delle risorse extraterrestri, prevenire conflitti e garantire una gestione equa dello spazio. Le normative attuali, pensate per l'esplorazione governativa, potrebbero non essere adeguate a gestire un mercato in crescita con attori privati e multinazionali.

L'esplorazione spaziale sta accelerando rapidamente, con la Luna e Marte come primi passi verso la colonizzazione. Questa espansione avrà impatti significativi sull'economia globale, grazie a nuove tecnologie, risorse e modelli economi-

ci derivanti dall'industria spaziale. Le implicazioni riguardano anche aspetti legali e sociali. La space economy e la governance dello spazio richiedono un coordinamento internazionale per mantenere lo spazio pacifico e accessibile, promuovendo l'innovazione e lo sviluppo sostenibile. I prossimi decenni potrebbero portare a trasformazioni radicali nel modo in cui viviamo e interagiamo con l'universo.

Davide Petrillo

è Amministratore Delegato di Voyager Space Europe. È stato Vice Presidente per l'Istruzione e lo Sviluppo della Forza Lavoro dell'International Astronautical Federation e Direttore dello Space Generation Advisory Council.

To the Moon and back: dare e avere

Dallo Spazio alla Terra: cambiare prospettiva per fare *innovation* nella vita di tutti i giorni. Avete presente le palle di cristallo con la neve sintetica che si anima quando le scuotiamo? Un souvenir decisamente *vintage*: se la ruotate e la agitate, la neve si appoggerà su un monumento o un paesaggio. In quel momento tutto sembra fermarsi, in assenza di una corretta dimensione spazio-tempo. Osservare il mondo dall'esterno è semplice. Invertiamo ora gli ordini di grandezza e allontaniamoci dalla nostra palla di cristallo. Immaginiamo di raggiungere la Stazione Spaziale Internazionale. «Da quassù la Terra è bellissima, senza frontiere né confini», affermò Yuri Gagarin, il primo astronauta a orbitare intorno alla Terra nel 1961.

Oggi come allora la ricerca si concentra su missioni a medio e corto raggio, con ipotesi di ampliamento della vita e di permanenza prolungata sulla Stazione Spaziale. Una

sfida che coinvolge aziende di diversi settori, che insieme sviluppano soluzioni per migliorare le condizioni di vita degli astronauti: è il caso, per esempio, della tuta spaziale progettata da Prada e Axiom Space, in grado di affrontare le rigide temperature della Luna, dove è prevista la missione di Artemis III. Quando immaginiamo i voli spaziali o le prime missioni pensiamo che sia l'uomo a portare innovazione nello Spazio, e se invece, come la palla di neve, provassimo a ribaltare i punti di vista? Se fosse lo Spazio a portare innovazione sulla Terra, con tecnologie *spaziali* che diventano fondamentali anche per la vita *terrestre*?

È questo il caso di numerosi oggetti di uso quotidiano: i joystick per i videogiochi hanno origine dalla Missione Apollo e il *memory-foam* nasce invece per assorbire gli urti per le navicelle spaziali. Una sorta di flusso, di dare e avere, di interconnessione tra Spazio e Terra che

accorcia le distanze e consente di ottimizzare il *boost* dato dalla ricerca con applicazioni nel nostro quotidiano. È quanto sta accadendo in SunCubes, startup del deep tech, fondata nel 2021 con lo *scope* di rivoluzionare la trasmissione tramite una tecnologia *wireless* basata sull'utilizzo del laser.

SunCubes ha mosso i primi passi dallo sviluppo di una fonte di energia per l'ambito spaziale, destinata alla creazione di una rete di satelliti in grado di fornire energia ad altri satelliti: una sorta di *power bank* in orbita. Durante le attività di ricerca, gli ingegneri di SunCubes hanno intuito che questa stessa tecnologia può essere utilizzata anche sulla Terra, ad esempio per la ricarica dinamica di droni, riducendo le interruzioni di volo dovute alla limitata durata della batteria e aumentando così la loro vita operativa. Questa innovazione, che ha come *goal* il *perpetual flight*, genera benefici in molte attività complesse

dove i droni rappresentano un supporto cruciale per l'uomo come le operazioni di ricerca e soccorso, i rilevamenti agricoli e la manutenzione di infrastrutture.

Per aspera ad astra, e non possiamo che essere tutti d'accordo su questo. Ma anche il ritorno sulla Terra e la possibilità di applicazione di evidenze scientifiche ottenute aprono il campo a ipotesi all'insegna del miglioramento e dell'efficiamento energetico, della sostenibilità e, perché no, dell'inclusività. Perché alla fine *portare a casa il risultato* non sia solo un modo di dire.

Virginia Di Biagio
Missaglia è laureata in Ingegneria Spaziale al Politecnico di Milano e ha vissuto a lungo all'estero, diplomandosi in Canada. Esperta di marketing e comunicazione ha una specializzazione in Copywriting presso la Scuola Holden.

Le evoluzioni del linguaggio



Fitter Happier Radiohead

Fitter happier
More productive
Comfortable
Not drinking too much
Regular exercise at the gym (3 days a week)
Getting on better with your associate employee contemporaries
At ease
Eating well (no more microwave dinners and saturated fats)
A patient, better driver
A safer car (baby smiling in back seat)
Sleeping well (no bad dreams)
No paranoia
Careful to all animals (never washing spiders down the plughole)
Keep in contact with old friends (enjoy a drink now and then)
Will frequently check credit at (moral) bank (hole in the wall)
Favours for favours
Fond but not in love
Charity standing orders
On Sundays ring road supermarket
(No killing moths or putting boiling water on the ants)
Car wash (also on Sundays)
No longer afraid of the dark or midday shadows
Nothing so ridiculously teenage and desperate
Nothing so childish
At a better pace
Slower and more calculated
No chance of escape
Now self-employed
Concerned (but powerless)
An empowered and informed member of society (pragmatism not idealism)
Will not cry in public
Less chance of illness

La lingua va dove l'emoji vuole

di Massimo Birattari

Da tempo, in dicembre, molte importanti istituzioni che hanno a che fare con la lingua proclamano la *parola dell'anno*, quella che è diventata particolarmente popolare, o addirittura rappresenta lo spirito del tempo. Gli Oxford Dictionaries hanno scelto nel 2013 *selfie*, nel 2015 l'emoji 🤔, nel 2016 *post-truth*, la post-verità dei *fatti alternativi* alla base della vittoriosa campagna elettorale di Donald Trump, nel 2018 l'aggettivo *toxic*, dove la tossicità si riferiva soprattutto agli ambienti e alle relazioni, mentre per un anno straordinario come il 2020 una parola sola

non bastava (tra quelle selezionate, *coronavirus*, *Covid-19*, *lockdown*, *Black Lives Matter* dopo l'omicidio di George Floyd, *cancel culture*). Tra le parole dell'anno del Merriam-Webster spicca, per il 2019, *they*, inteso come *singular they*, il pronome di terza persona plurale usato per indicare le persone non binarie. In Italia, l'ultima parola dell'anno scelta da Treccani, nel 2023, è *femminicidio*. Viste in prospettiva, queste parole ci aiutano a fissare alcuni punti essenziali dell'evoluzione del linguaggio nell'ultimo decennio, e magari a fare qualche previsione sul futuro.

1) La lingua riflette le cose che capitano: un neologismo nasce quando le vecchie parole non bastano più per descrivere quello che succede. Il fatto stesso di partire da liste inglesi e americane significa riconoscere un dato di fatto: oggi di solito le cose succedono prima in inglese, e questo spiega perché molti neologismi sono anglismi, entrati in italiano come calchi (*supportare* nel senso di sostenere, aiutare), prestiti adattati (*chattare*) o prestiti integrali, come la parola dell'anno 2013, *selfie*.

Era proprio necessario introdurre *selfie* in italiano? Esisteva autoscatto, non potevamo continuare a usare quello? Sono domande pretestuose. Se una parola si diffonde, significa che serve; e il selfie non è solo un autoscatto: è un autoscatto che ci si fa con uno smartphone e viene condiviso su un social, e il *self* contenuto nella parola rivela quanta parte della nostra identità sia affidata ai social.

2) Nell'evoluzione della lingua, un ruolo cruciale è proprio quello dei social network. Basti pensare all'emoji 🤔, parola dell'anno 2015. La lingua della messaggistica e dei social deve trasmettere il messaggio nel modo più sintetico ed efficace possibile. Così sono nati i moderni geroglifici, le emoji, che per un tipico paradosso non hanno sempre per tutti lo stesso significato (il nome ufficiale di 😂 sarebbe *faccina con lacrime di gioia*, ma di solito serve a dire che qualcosa ci fa sghignazzare).

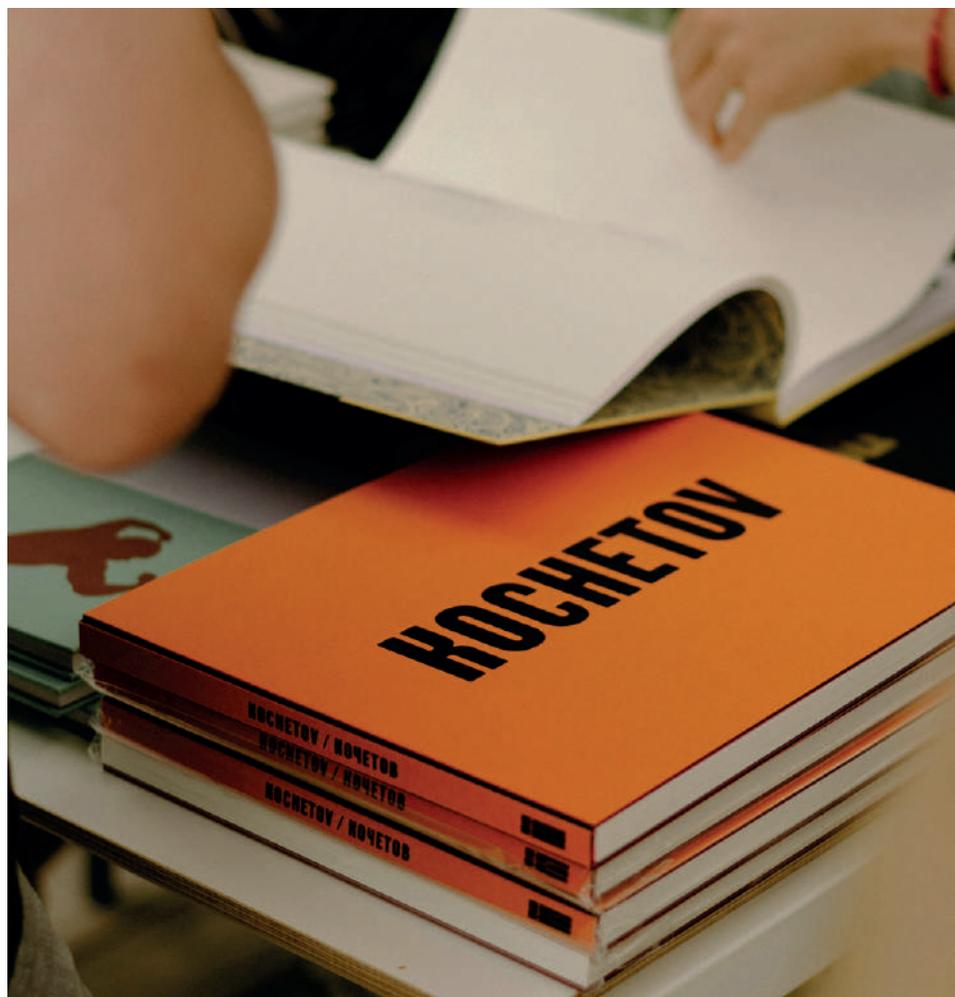
Non è mai stato così facile comunicare, mai tante persone hanno scritto così indefessamente, eppure ciò che ci appare sugli schermi dei cellulari e dei computer è una fonte continua di fraintendimenti: mancano quei segnali che, nella conversazione faccia a faccia, aiutano a trasmettere e a capire le intenzioni comunicative, e la lontananza fisica ed emotiva dagli interlocutori scatena l'aggressività e favorisce la diffusione di notizie false.

3) Proprio i social hanno contribuito a delineare i campi (minati) in cui i discorsi nel merito diventano anche discorsi sulla lingua: le molestie sessuali (a partire dal caso Weinstein e dal movimento #metoo) e in generale i temi connessi del sessismo, del patriarcato e così via; l'identità sessuale (e dunque tutto ciò che riguarda il *gender*, l'omofobia, la transfobia, le persone che non si riconoscono in uno dei due generi); il razzismo.

Qui si combattono le tante guerre culturali che non possiamo certo toccare qui. Sforiamo un solo ambito, quello del genere e dell'inclusività. Alcune questioni sono falsi problemi: se usiamo femminili come *maestra*, *cuoca*, *operaia*, *impiegata*, *infermiera*, la *dirigente* non c'è nessuna ragione grammaticale per rifiutare forme morfologicamente identiche come *ministra*, *sindaca*, *notaia*, *avvocata*, *ingegnera*, la *presidente*. Per altre questioni, soluzioni facili non ce ne sono. In italiano, nomi, agget-

tivi, partecipi, articoli e molti pronomi sono o maschili o femminili, e il genere neutro non esiste. L'italiano non ha una morfologia capace di soddisfare le esigenze delle persone che non si identificano né nel genere maschile né in quello femminile (in inglese è più facile: lì il genere è una questione che riguarda quasi solo i pronomi, e infatti la soluzione del *singular they* non è particolarmente

problematica). Se ci si deve riferire a una generalità di persone, o se bisogna associare un aggettivo a due nomi, uno maschile e uno femminile, la grammatica prevede l'accordo al maschile. Le vie proposte in questi anni per evitare questo maschile sovraesteso, e in generale la tirannia del genere, non sembrano facilmente percorribili (al di fuori di ambiti specialistici o militanti). L'asterisco



Massimo Birattari è laureato in storia e diplomato presso la Scuola Normale Superiore di Pisa. Ha curato *Io scrivo*, corso di scrittura in 24 volumi del "Corriere della Sera", e ha scritto vari libri sull'italiano, tra cui *È più facile scrivere bene che scrivere male*, *Grammatica per cani e porci* e, per i ragazzi delle superiori, *Come si fa il tema*. Ha pubblicato una fortunata serie di *romanzi grammaticali* per bambini, inaugurata da *Benvenuti a Grammaland*. Insegna al corso di laurea triennale della Scuola Holden di Torino e ha tenuto seminari e corsi di formazione in tutta Italia. È autore, con Caterina Raggianti, del manuale per il biennio delle superiori *Grammatica per pensare*.

Quando la scrittura si fa immagine

intervista a **Pietro Terzini** di **Elisa Russo**

Pietro Terzini è un architetto e visual artist italiano, che fonde l'arte tradizionale con il linguaggio immediato e virale dei social media, creando opere che vanno oltre la semplice rappresentazione visiva. Con uno stile che unisce testo e immagine, i suoi lavori rendono il confine tra arte e comunicazione sempre più labile. Dai *Direct Mail* di Instagram ai grandi brand della moda, Pietro Terzini coglie le dinamiche del digitale, trasformandole in una forma d'arte accessibile e immediata. In questa intervista, ci ha raccontato il percorso che lo ha portato a diventare

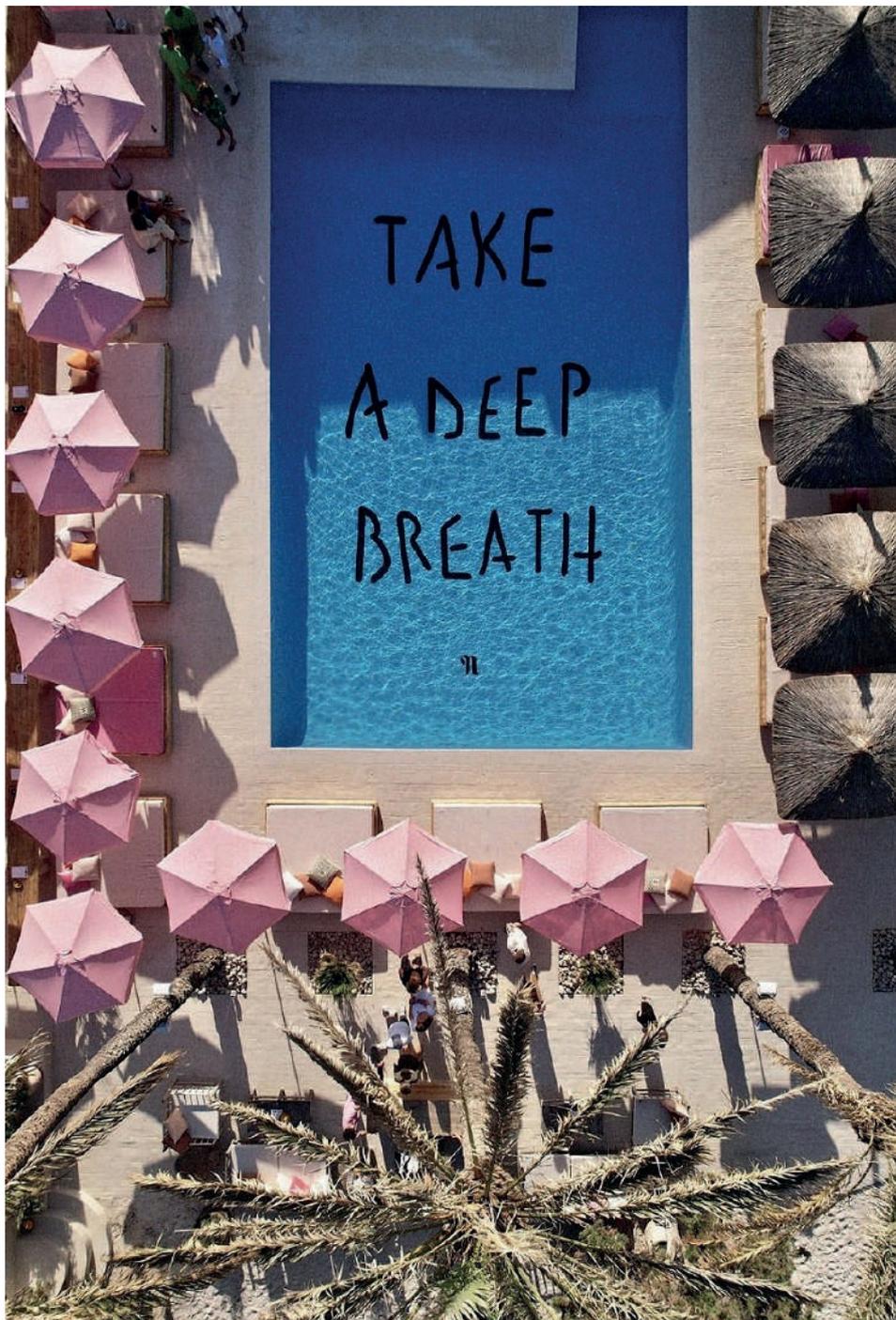
un protagonista di questa nuova era della creatività, in cui i social media non sono solo vetrine, ma veri e propri strumenti di espressione e condivisione globale.

Quando hai scoperto il potenziale dei social per esprimere la tua creatività e le tue idee?

Dopo la laurea cercavo l'indipendenza: avevo 24 anni e vivevo ancora in casa con miei. In quegli anni stavano esplodendo i social media e dopo aver frequentato un master in marketing ho iniziato a lavorare per il brand di Chiara Ferragni.







Era il 2015 o il 2016, Instagram stava diventando il social media dominante grazie alla sua semplicità: vi si trovavano profili e pagine che rappresentavano subculture nate su piattaforme come Tumblr, ispirate a estetiche non convenzionali: foto grezze, graffiti, meme, frasi estrapolate da chissà dove. Sono partito riflettendo sulle opportunità di una piattaforma in grado di dare visibilità quello che facevo. Del resto, l'elemento testuale è da sempre presente nella storia dell'arte, basti pensare ad Alighiero Boetti. Convinto che se avessi espresso un'idea tramite un'immagine avrebbe potuto essere condivisa da molte persone, ho cominciato a postare ogni giorno screenshot delle chat di Instagram, i *Direct Mail*. Il testo diventava immagine, eliminando qualsiasi tipo di velleità, rispondendo a un principio di estrema sintesi.

Come nascono le collaborazioni con i brand?

Solo qualche anno dopo ho cominciato a realizzare opere fisiche: era il 2016 o forse il 2017 e i brand di moda iniziavano a comunicare, associando i propri prodotti a valori come il femminismo, il mito della giovinezza, l'inclusività. Il lusso stava penetrando nella cultura popolare, rivolgendosi alle persone comuni, pur non essendo accessibile a tutti. Ho scelto di partire dai packaging di questi brand – confezioni accattivanti e super colorate – e ad impiegarle come sfondi, su cui scrive-



re frasi con una grafia sgangherata, quasi fatta a mano. Erano dei lavori che potevano diventare contenuti di Instagram, ma anche opere, quadri da appendere alle pareti.

Il progetto è piaciuto alla Rosenbaum Contemporary, una galleria americana, e presto alcuni collezionisti hanno iniziato ad acquistare le mie opere, portando la mia notorietà anche in Europa. Alcuni dei brand che avevo impiegato per la creazione delle mie opere si sono accorti che questo modo di comunicare era interessante, e sono nate le prime collaborazioni, campagne pubblicitarie, sia online, sia offline. Il principio alla base delle mie opere era e rimane uno: creare opere che nel mondo digitale possano essere condivise, offrendo agli utenti uno strumento per veicolare messaggi.

Perché hai scelto di rendere la scrittura immagine testuale?

La scrittura è uno tra i medium più versatili: basta visitare i principali musei europei o passeggiare per le nostre città per notare l'incredibile quantità di elementi artistici legati alla grafia. Con il mio lavoro ho solo adattato la scrittura alla nostra epoca. La rivoluzione dei social media è paragonabile a quella dell'invenzione della stampa di Gutenberg: oggi, con un telefono e un social network è possibile condividere qualsiasi cosa con chiunque nel mondo, e la scrittura è il miglior modo per farlo. Può essere applicata su un pezzo di carta, su indumenti o sulla pelle con i tatuaggi. Ho voluto rendere il mio lavoro accessibile a tutti, eliminando le barriere linguistiche e per

Pietro Terzini è un artista nato nel 1990 laureato in architettura. Il suo lavoro spazia dal digitale alla fine art, passando per la street art. Al centro della sua arte c'è infatti il mondo contemporaneo in cui la moda gioca un ruolo centrale insieme al capitalismo, al consumismo e all'amore nell'era dei social media. L'artista collabora con alcuni dei più importanti brand del mondo, tra cui Nike e Tod's, e ha esposto le sue opere in Italia, Svizzera e negli Stati Uniti.

questo ho scelto l'inglese, la lingua di internet. Inoltre, ho optato per la sintesi, perché oggi è tutto veloce e la gente non ha tempo.

Cosa è cambiato con i social media?

Fino a qualche anno fa mondi come l'arte, la moda, l'editoria erano esclusivi, riservati a un'élite. Oggi basta pensare alla figura dell'influencer per comprendere quanto sia cambiato il panorama: le persone non acquistano più riviste perché dispongono di informazioni sul proprio smartphone e i brand hanno compreso le opportunità offerte dal digitale.

Da qui nasce l'esigenza delle aziende di comunicare su canali non tradizionali, perché il pubblico ormai si intercetta sullo schermo del telefono. Ma online le regole sono diverse: funzionano di fotografia e contenuti imperfetti, *homemade*, più credibili perché più vicini alla quotidianità delle persone comuni. Per comunicare al mass market, e convertire la comunicazione in acquisto, il tono non può più essere austero e distante come era prima dell'avvento del digitale.

Quale sarà il futuro della moda e della comunicazione?

La moda è diventata un business gigantesco, all'interno del quale qualsiasi brand ha come obiettivo la crescita, possibilmente costante ed esponenziale. Ma per crescere, i brand devono produrre, sia prodotti, sia contenuti di comunicazione, in un'adinamica destinata a implodere:

l'offerta di prodotti non necessari è infinita, i costi pubblicitari sono altissimi, e la nicchia di persone in grado di acquistare determinati prodotti si restringe sempre più, poiché molti di questi brand si rivolgono alla stessa piccolissima fetta di mercato.

In un sistema globalizzato, interconnesso e consumistico come il nostro, tutto è lecito: potenzialmente si ha la possibilità di far crescere il proprio business a livello globale, e il marketing continuerà a cercare idee che funzionino sui canali dove le campagne ottengono maggiore visibilità, e con l'evoluzione dell'hardware emergeranno nuovi strumenti.

Cosa ti ha spinto a coniugare architettura, design di moda e arte?

All'università avrei voluto iscrivermi a una scuola di moda, ma mia madre mi fece riflettere su un punto: un architetto può essere designer, ma un designer non può essere architetto. Così ho scelto di frequentare il Politecnico. Durante il mio percorso universitario, ho acquisito le reference accademiche, basate sull'arte astratta e non figurativa, un linguaggio sintetico, fatto di poche linee per esprimere molti concetti.

Uno dei miei professori, Michele Bertolini, incoraggiava lo sviluppo di qualsiasi idea, purché fosse portata al limite delle sue potenzialità e inserita in un contesto. È stato un periodo di formazione fondamentale, durante il quale ho iniziato a creare quadri ispirati a ciò che studiavo.



Più sani, più sereni,
questa è la ricetta



Serotonina

Michel Houellebecq

È una piccola compressa bianca, ovale, divisibile.

Verso le cinque o a volte le sei di mattina mi sveglio, il bisogno è al culmine, è il momento più doloroso della mia giornata. Il mio primo gesto è attivare la caffettiera elettrica; la sera prima ho riempito il serbatoio di acqua e il filtro di caffè macinato (di solito è Malongo, sono rimasto piuttosto esigente in fatto di caffè). Mi accendo una sigaretta solo dopo aver bevuto un primo sorso; è una costrizione che mi impongo, un successo quotidiano che è diventato il mio principale motivo di orgoglio (va comunque detto che il funzionamento delle caffettiere elettriche è rapido). Il sollievo che mi dà la prima boccata è immediato, di una violenza stupefacente. La nicotina è una droga perfetta, una droga semplice e dura, che non dà nessuna gioia, che si definisce interamente con l'astinenza, e con la cessazione dell'astinenza.

Qualche minuto più tardi, dopo due o tre sigarette, prendo una compressa di Captorix con un quarto di bicchiere di acqua minerale – in genere Volvic.

Dal One Health alla Salute Circolare

di **Ilaria Capua**

Benché il paradigma *One Health* nasca centinaia di anni fa quando Rudolf Virchow affermò che «fra salute umana e salute animale non dovrebbe esserci alcuna divisione», il concetto di *Una Salute* o *Salute Unica* ha visto le luci della ribalta, e quindi l'attenzione degli enti di ricerca e servizi, solo in seguito alla pandemia. D'un tratto, questo concetto – che era stato affinato negli anni '60 come nuovo approccio alle malattie emergenti e alle zoonosi – si è trovato in maniera massiccia e disseminata a far parte delle proposte di attività di resilienza pandemica, no-

nostante in questa rappresentazione grafica l'area di sovrapposizione dei tre cerchi, ovvero la zona *One Health* cerchiata di rosso, sia ridotta rispetto alle tre zone salute umana, salute animale e salute dell'ambiente (ed oltretutto la salute delle piante viene incorporata nella salute dell'ambiente).

Il concetto di *One Health* così come era stato immaginato, ovvero l'area di sovrapposizione fra salute dell'uomo, degli animali e dell'ambiente sviluppato da Schwabe negli anni '60, è chiaramente troppo restrittivo per le consapevolezze del

nuovo millennio. Infatti, prima della pandemia, la rivista “Lancet” aveva ipotizzato una nuova rappresentazione, che risulta essere più dettagliata e permeabile alle opportunità dell’era digitale rispetto alla visione originaria. La rivista “Lancet” comunque continua a collocare *One Health* all’interfaccia tra uomo-animale-ecosistema e riconosce in quest’ambito tre pilastri principali, che, anche in questo caso, riguardano le zoonosi, le tossinfezioni alimentari e l’antibioticoresistenza.

Con l’arrivo della pandemia abbiamo scoperto che la salute dipende da molti altri fattori che sono esterni alla dimensione biomedica: questo approccio è stato rappresentato, con una nuova veste iconografica, nel 2022 da Marion Koopmans EMC, con una nuova rappresentazione che propone il concetto *One Health* come risultato di interazioni tra il mondo umano, animale e ambientale, influenzato da molteplici fattori esterni che vanno oltre il contesto biomedico, quali ad esempio la crescita della popolazione, i sistemi sanitari, la deforestazione, i conflitti e le catastrofi naturali.

Questa rappresentazione concettuale di *One Health* per la prima volta affronta la complessità e la necessaria evoluzione del paradigma nella sua versione originale. Include molti aspetti della contemporaneità: ad esempio il turismo, l’urbanizzazione, i conflitti, gli scambi commerciali internazionali e i disastri na-

turali. Rimangono fuori da questa rappresentazione alcune forze che abbiamo recentemente visto essere pericolosissime come, ad esempio, la comunicazione allarmistica, il negazionismo e le fake news che si traducono spesso in perdita di fiducia nelle istituzioni. Soprattutto manca l’empowerment dei cittadini e della società che possono essere chiavi di svolta per un approccio più partecipato ed integrato.

Abbiamo scoperto nuovi fattori che influenzano la salute pubblica, ad esempio, il legame fra inquinamento e gravità del quadro clinico in caso di Covid. Abbiamo scoperto e dimostrato che alcune forze legate ai media o alle reti sociali impattano moltissimo l’evolversi del fenomeno pandemico. Abbiamo anche visto che le donne si infettano di meno, si ammalano di meno, sono state meno ricoverate in terapia intensiva. Insomma, le donne sono costate di meno al SSN, evidenziando una delle dimensioni economiche del fenomeno.

Abbiamo una risorsa e uno strumento nuovo che ci permetteranno di esplorare le nuove frontiere della ricerca: i big data e l’intelligenza artificiale.

Come? Prepararsi alle nuove sfide attraverso un lavoro di ricerca che sia interdisciplinare e si avvalga delle nuove tecnologie.

Il termine *One Health* è oggi protagonista di moltissime attività di ricerca e accademiche ma anche – per la pri-



ma volta – di attività che riguardano i servizi pubblici sanitari, gli ospedali, i servizi sociali, l'agricoltura, le aziende farmaceutiche, e il settore agroalimentare. Ma il mondo è cambiato con la pandemia e forse il concetto *One Health* nelle sue declinazioni pre-pandemiche ha bisogno di un aggiornamento, come ad esempio quello proposto da Marion Koopmans.

Io mi sono spinta oltre, e sono già diversi anni che ho sviluppato il concetto di *Salute Circolare*, concetto le cui radici affondano nella visione *One Health* ma che riconosce l'importanza di includere altre discipline – oltre quelle biomediche – in un paradigma più inclusivo e contemporaneo¹. Ciò per permettere di abbandonare una visione graniticamente tripartita a favore di una

più integrata che coinvolga anche le scienze sociali oltre che, ad esempio, gli aspetti economici, quelli di etica e il diritto.

Tante belle parole rischiano di essere vuote di significato, a meno che non abbiano un piano di realizzazione. Un'altra delle caratteristiche di *Salute circolare* è che vede i 17 obiettivi di sostenibilità – quali ad esempio la lotta contro la povertà e contro la fame, il miglioramento dell'istruzione, l'uguaglianza di genere, la vita sulla terra e sott'acqua, l'azione per il clima – come strumenti di implementazione di attività virtuose che proteggano e tutelino la salute. Ad esempio, nel caso dell'antibiotico-resistenza vi è la possibilità di promuovere le raccomandazioni sanitarie dell'O'Neill Report.

Ilaria Capua è Senior Fellow of Global Health presso la Johns Hopkins University – SAIS Europe e Courtesy Professor, nonché direttore emerito del One Health Center of Excellence dell'Università della Florida. Laureata cum laude in medicina veterinaria, ha conseguito una specializzazione e un dottorato in Virologia e Sanità Pubblica. Riconosciuta per i suoi studi sulle infezioni virali animali trasmissibili all'uomo, è stata pioniera nel 2006 nell'adozione di nuove strategie per la condivisione delle informazioni genetiche sui virus zoonotici. Autrice di oltre 230 articoli scientifici e vincitrice di prestigiosi premi internazionali, ha anche ricoperto il ruolo di deputata nel Parlamento italiano.

¹I. Capua, *Salute circolare. Una rivoluzione necessaria*, Egea, 2019

I. Capua, *La meraviglia e la trasformazione verso una salute circolare*, Mondadori, 2021

I. Capua, *Le parole della salute circolare*, Aboca Edizioni, 2023



Infatti, il concetto di salute circolare si basa su dei valori: rispetto, impegno ed equità che rappresentano i capisaldi di questa visione.

Per comunicare questo concetto ad un pubblico ampio e non specialistico è necessaria una narrativa nella quale si possano ritrovare anche i cittadini e i non esperti in questo campo. Per questo, ho scelto di raccontare la salute circolare attraverso l'iconografia dei quattro elementi fondamentali, acqua, aria, terra e fuoco, per comprendere che le forze in essi contenute sono alla base della salute. L'equilibrio fra di loro è di vitale importanza per mantenere in salute noi, autodenominati *Homo sapiens*, e le altre forme di vita sulla terra.

Non possiamo sapere quali nuove scoperte ci aspetteranno, né credo sia saggio porsi dei confini mentali o delle rigidità disciplinari. Per questo l'iconografia di *Salute Circolare* è un cerchio composito costituito da diversi cerchi che si toccano ed entrano in contatto l'uno con l'altro come vasi comunicanti – attraverso i colori che rappresentano il verde della terra e il blu dell'acqua del pianeta, il rosa delle questioni di genere, il rosso della vita animale, l'arancio degli incendi e dei fiori, il giallo del sole e del calore.

Il benessere è un diritto, ma anche un dovere

di **Paolo Parente**

Le crisi globali, come le pandemie, i cambiamenti climatici, le instabilità politiche e i conflitti armati, stanno esercitando ed eserciteranno sempre più un impatto profondo sulla salute delle popolazioni e sulla sicurezza alimentare. La pandemia di Covid-19 ha messo in luce l'equilibrio labile che vivono i sistemi sanitari e alimentari mondiali, evidenziando soprattutto la fragilità delle infrastrutture pubbliche e la mancanza di resilienza di fronte a eventi catastrofici ma anche alla necessità di agire un pensiero strutturato e sistematico teso alla sostenibilità presente

e futura degli stessi. Parlare quindi di scenari futuri del sistema salute, a livello globale ma anche nazionale e locale, rende cogente una riflessione sugli elementi caratterizzanti i sistemi sanitari e sociali che viviamo.

I Sistemi Sanitari e i modelli organizzativi loro componenti sono caratterizzati da elementi interconnessi che Christopher Murray e Julio Frenk, all'interno di una proposta sviluppata dall'OMS nel 2010, hanno definito come i *Six Building Blocks* che, correttamente integrati tra loro, mirano a migliorare l'equità, l'efficienza e gli *outcome* di salute

delle popolazioni e si interconnettono in forma dinamica per affrontare sfide e prospettive mutevoli come gli eventi pandemici o l'impatto che il cambiamento climatico.

Da un lato la complessità del presente sta guidando l'evoluzione dei sistemi sanitari, dall'altro però le soluzioni e gli interventi appaiono parziali o insufficienti per garantire che i sistemi sanitari continuino a svolgere un ruolo cruciale a servizio della popolazione, delle comunità e dei singoli individui.

La complessità di un sistema si riferisce, infatti, all'interconnessione

e all'interdipendenza di molteplici componenti, dove ogni elemento è legato agli altri attraverso una rete di interazioni. In un sistema complesso, come un ecosistema, una città o un sistema sanitario, il comportamento globale non dipende solo dalle caratteristiche delle singole parti, ma soprattutto dalle loro interazioni e retroazioni. Un aspetto fondamentale della complessità sistemica è che le interazioni tra i componenti possono generare comportamenti emergenti, non prevedibili studiando i singoli elementi isolati. Ad esempio, una piccola perturbazione in un settore del sistema può avere effetti a catena imprevedibili su altre parti. Questo fenomeno, noto come non linearità sistemica, è ciò che rende i sistemi sanitari veri e propri sistemi adattativi complessi. I sistemi sanitari, infatti, si adattano a nuove condizioni riorganizzando continuamente le interazioni tra i loro componenti. Tuttavia, a volte le componenti tendono ad assumere un approccio riduzionistico.

L'approccio *One Health* riconosce l'interdipendenza tra la salute umana, animale e ambientale, proponendo una risposta integrata alle sfide sanitarie globali. Tuttavia, i sistemi che si occupano di tutelare la salute e il benessere umano, animale e ambientale spesso coinvolgono persone che non comprendono appieno la necessità di una visione sistemica. Eppure, sarà necessario questo cam-





biamento culturale per mirare, soprattutto in ambito preventivo ma non solo, a generare co-benefici, ovvero vantaggi che vadano oltre gli obiettivi immediati della prevenzio-

ne, con effetti positivi su altri settori e sulla società nel suo complesso. In questa prospettiva, l'approccio *One Health* non è solo una necessità per affrontare le complesse sfide sani-

Paolo Parente è Dirigente Medico presso la ASL Roma 1, docente di Sanità Pubblica presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore e di Community Medicine presso l'Università Campus Biomedico di Roma. Dottore di Ricerca in Servizi Sanitari e Sanità Pubblica, dal gennaio 2015 technical leader per le aree di Vaccinazione, Risorse Umane, Health Services Provision per la "Global Health Security Agenda" e per le Joint External Evaluation dell'OMS. Già consulente dell'OMS per il Programma Migrazioni e Salute, è Segretario della Società Italiana per la Leadership e il Management in Medicina e Coordinatore del Gruppo di Lavoro PHC per la Società Italiana di Igiene e Medicina Preventiva.

tarie interconnesse del XXI secolo, ma rappresenta anche una strategia capace di generare co-benefici significativi per la salute pubblica, l'ambiente, l'economia e il benessere sociale. Le politiche di prevenzione che considerano queste sinergie possono proteggere la salute umana, favorire la sostenibilità ambientale e stimolare lo sviluppo economico sostenibile, contribuendo alla realizzazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) e alla costruzione di una società più equa e resiliente.

Nell'ottica della visione *One Health*, i sistemi sanitari possono evolvere solo attraverso lo sviluppo mirato di specifiche aree di intervento, come delineato nel documento *Framework for Resilient and Sustainable Health Systems in the WHO European Region, 2025–2030*. Questo documento rappresenta una roadmap per i Paesi dell'area europea, con l'obiettivo di rendere i sistemi sanitari più solidi, resilienti e sostenibili. Sei aree principali di intervento emergono come cardini per garantire sostenibilità alla sanità pubblica e ai sistemi sanitari: investire in *Primary Health Care*, rafforzare la *Workforce* sanitaria, costruire realmente una Salute digitale, prepararsi adeguatamente alle emergenze, lavorare per la sostenibilità economico-finanziaria, favorire la partecipazione sociale e comunitaria e la co-costruzione specie in funzione della sostenibilità ambientale. Questi punti costituiscono gli stru-

menti necessari per affrontare sfide presenti e future come il cambiamento climatico e la sostenibilità economica e ambientale, promuovendo al contempo equità e accesso universale alla salute.

Le sfide presenti e future per i sistemi sanitari richiedono investimenti in resilienza, tecnologia e cooperazione tra comunità, istituzioni e Paesi per prevenire e mitigare i rischi e le crisi, garantendo al contempo protezione sanitaria e alimentare sostenibile a tutte le popolazioni. Nel costruire strategie e piani preventivi per affrontare pandemie, cambiamenti climatici e crisi alimentari, diventa prioritario costruire interventi coordinati su più fronti per rafforzare oggi i sistemi sanitari. Gli approcci in precedenza descritti rappresentano cornici operative all'interno delle quali costruire azioni a beneficio delle popolazioni, delle comunità e dell'ecosistema. Tuttavia, tutto questo dipende dal riconoscimento sociale e politico del valore universale del diritto alla salute, che deve tradursi in risorse adeguate, investimenti, finanziamenti e valorizzazione professionale.

Viviamo un equilibrio fragile e dinamico ma dobbiamo preservare il bene più prezioso che abbiamo: la salute nostra e del pianeta. L'unico strumento sempre a disposizione come comunità è non dimenticare questa priorità e agire di conseguenza.

I dolci stil nuovi contro le amarezze





Per distrarsi dal tempo Patrizia Cavalli

Per distrarsi dal tempo bisogna avere molte occupazioni, obblighi, scadenze, conti da pagare e rimandare rimandare l'attuazione, finché tutto finisce e tutto scade naturalmente inevitabilmente. Restano fogli di carta spiegazzati, guardati mille volte e poi buttati. Sembra uno scherzo ma passano gli anni e accompagnati da questa sensazione di avere qualcosa da fare, molto importante, molto urgente, si resta sempre in un eterno l'altro ieri.

Dimmi cosa compri e ti dirò chi sei

di **Fabiana Giacomotti**

Lo tsunami pandemico del biennio 2020-2021, che nella filiera della moda italiana sta mostrando adesso i propri effetti a lungo termine nella forma più evidente di un'esposizione finanziaria importante con lo Stato, rappresenta solo un aspetto, e paradossalmente non il più significativo, del profondo cambiamento in atto in un sistema che solo un lustro fa sì poteva ancora definire ricco di opportunità di crescita sia per le piccole e medie aziende sia per i giovani che tuttora affollano le scuole di moda. Le politiche alternativamente punitive e lassiste della Cina sui

consumi, i conflitti in corso in Medio Oriente e in Ucraina, non certo i soli purtroppo attivi nel mondo ma di certo i più visibili e a maggiore impatto sull'Occidente, rappresentano infatti un elemento di incertezza e di instabilità da oltre due anni. Ma un'attenta osservazione delle dinamiche in atto nei settori della moda, del turismo e del benessere, consente di evidenziare dinamiche in atto di portata non congiunturale, bensì strutturale.

Dopo oltre vent'anni di crescita pressoché costante, e solo temporaneamente turbata dal crollo delle Torri

Gemelle e dalla crisi dei subprime del 2008, il sistema della moda va mostrando i limiti del rapporto troppo stretto con la finanza e il marketing aggressivo, che ne ha distorto i fondamentali: per troppo tempo, infatti, i brand hanno scommesso sul valore del brand stesso, spacciando per qualità quello che non lo era, e massimizzando gli utili con una delocalizzazione senza freni, che smentiva le premesse e soprattutto le promesse di vendita e di valore. Al contempo, i clienti mondiali di oggi, soprattutto i più giovani, hanno acquisito competenze sufficienti per calcolare il valore dei beni che acquistano, con una certa precisione perfino sui multipli accettabili, e a percepire le differenze fra il capo o l'accessorio acquistato oggi e lo stesso capo realizzato con le tecniche di un tempo.

Questa abilità non è dovuta affatto a una coscienza acquisita in famiglia – la generazione dei genitori di oggi è, anzi, tuttora la più esposta e la più permeabile alla seduzione della marca – ma a una frequentazione sempre più attenta dei negozi e delle piattaforme vintage verso le quali la Z Generation e la nuova generazione Alpha sono state sospinte sia da una maggiore coscienza ecologica, sia da una disponibilità economica ridotta.

A poco a poco, il mondo sta riacquisendo la competenza in materia di tessuti, pellami, taglio, manifattura che era patrimonio comune fino a tre generazioni fa. Ogni giorno ci viene dimostrato insomma come il cosiddetto *revenge shopping* post-pandemico, sostenuto da un biennio di risparmi, sia durato meno di quanto



i brand si aspettassero, e che la scelta di rivedere verso l'alto del 20-30 per cento all'anno il costo degli accessori più ricercati, puntando sulla sola clientela affluente, abbia di fatto impedito l'accesso ai beni definiti di "lusso" alla fascia media del pubblico che, pure impoverita dalla crisi, avrebbe potuto continuare a desiderare almeno una borsa nuova all'anno e che ora non può più permettersi nemmeno questa spesa. Si è trattato di un gravissimo errore di valutazione. La storia e la letteratura, e in particolare la narrativa dell'Ottocento, ci insegnano che la moda, o quanto intendiamo come tale dalla Rivoluzione Industriale a oggi, non è mai stata un fenomeno elitario, ma un mezzo di ascesa sociale e di esibizione di ricchezza acquisita per le fasce medie della popolazione: un fenomeno, insomma, aspirazionale, quasi più popolare che borghese, che ha bisogno della partecipazione attiva di un pubblico vastissimo per continuare a crescere. Si veste alla moda monsieur Jourdain, il borghese gentiluomo; non, o non necessariamente, i nobili che vuole goffamente imitare.

Concentrare ogni strategia sui super-ricchi non ha pagato come atteso, e non è detto che lo farà in futuro. Credere inoltre che, oltre al Giappone in netta ripresa, vorranno acquistare esclusivamente brand occidentali, Paesi a benessere crescente come la Thailandia, o le Filippine, o l'India della quale da due decenni, periodi-

camente, si torna a parlare ma che possiamo già escludere diventerà il nuovo Eldorado della moda a causa delle forti divisioni sociali, è un'altra delle grandi illusioni nelle quali si culla una generazione di manager convinti della sostanziale equiparazione fra la moda e un bene di consumo *masstige*, fosse pure un'automobile di lusso. Questo errore di valutazione deriva, per dirla sinteticamente, da una scarsa conoscenza del valore precipuo e unico della moda in relazione al corpo sociale e al corpo fisico, individuale, cioè alla percezione che gli altri e noi stessi abbiamo dell'abito come modo di essere, attitudine, atteggiamento, secondo quanto esprime peraltro la sua ascendenza etimologica, *habitus*.

Un abito non è *altro da sé* come può esserlo un'auto o uno yacht: è espressione e specchio di sé, non a caso sanzionato e normato per centinaia di anni in tutto il mondo. Questo punto, e la sua straordinaria importanza, è dimostrato dalle differenti strategie di comunicazione che i brand globali, forse senza valutarne appieno i risvolti etici, hanno voluto mettere in atto in questi anni. Per fare un solo esempio, l'approccio inclusivo e favorevole alle istanze Lgbtq+ promosso in Europa e negli Stati Uniti non è stato adottato nei Paesi di fede islamica, o in Russia, causando disorientamento e talvolta rabbia fra i milioni di giovani di tutto il mondo che hanno comunque accesso a tutte le informazioni





attraverso i canali social, più o meno ufficiali, e che hanno verificato come le campagne sociali promosse nei Paesi laici e democratici siano state disattese nelle aree del mondo ostili a queste politiche per motivi puramente commerciali. Uno degli altri fattori limitanti a una vera ripresa del settore è di ordine psicologico: sulla moda, secondo fattore di inquinamento mondiale, inizia ad aleggiare uno stigma ecologico-sociale che spinge molti, giovani soprattutto, a rivolgersi al mercato del vintage, lo stesso che sta insegnando loro a distinguere la qualità vera da quella percepita, e molti altri a sfoggiare con orgoglio gli abiti e gli accessori della mamma o della nonna, talvolta rigenerati e talvolta nemmeno. Il terzo fattore di rallentamento e di confusione, ancora in atto mentre scriviamo, è il continuo ricambio-scambio di direzioni creative ai vertici dei brand più accreditati, una dinamica grottesca che va progressivamente azzerando le differenze nell'offerta: mentre una decina di nomi continua a essere ingaggiato da nomi concorrenti, portando inevitabilmente la propria "visione" al brand, pochissimi, fra i grandi conglomerati, hanno invece la voglia o la forza per scommettere sui nomi emergenti, come accadeva fino a due decenni fa.

Al contempo nessun giovane, o sempre meno, trova i mezzi per lanciare la propria linea e mantenerla sul

mercato: troppi i rischi per i produttori, troppo alta la soglia di accesso ai media. Inoltre, e per tornare al significato dell'aggettivo usato nelle prime righe, "strutturale", mentre il foltissimo pubblico dei modaioli continua a viaggiare da una sfilata all'altra, da un cocktail all'altro, inebriato dal proprio piccolo privilegio e ostinatamente cieco nei riguardi dell'evoluzione in corso, sembra sempre più evidente il cambio dei desideri del grande pubblico. Meno vestiti, più viaggi e tempo per sé stessi. Una dinamica testimoniata dai dati relativi al turismo, la cui pressione sulle città d'arte italiane ed europee inizia a generare addirittura disagio sociale, e dal grande successo della cosmetica, del benessere e della profumeria, per la prima volta entrata a far parte delle analisi del comparto moda-abbigliamento, forse per mitigarne le performance negative. I dati diffusi nel corso della Beauty Week milanese di fine settembre, che è seguita a quella della moda, parlano di un comparto in grande espansione, grazie alla maggiore attenzione per sé seguita allo choc pandemico: nel 2023, il fatturato totale del settore cosmetico italiano ha superato i 15,1 miliardi di euro, in crescita del 13,8 per cento rispetto al 2022, e sono positive anche le stime per il 2024 che vedono il giro di affari oltrepassare i 16,6 miliardi di euro, in crescita del 9,8 per cento sul 2023. In sintesi: si preferisce affollare le spa, le palestre e i percorsi wellness al posto

delle boutique. Questo spiega anche il clamoroso boom di fatturato, una vertiginosa crescita del 75 per cento, di un brand come Miu Miu nell'ultimo anno: nei Paesi più toccati dal Covid, a partire dalla Cina, il brand del gruppo Prada ha proposto infatti linee specifiche per questa nuova esigenza, superando sia la refrattarietà del pubblico nei riguardi di nuovi acquisti, sia la stretta del governo di Beijing nei confronti dell'acquisto di beni occidentali.

C'è, dunque, ancora spazio per la moda, ma a condizioni ben precise e multipli ridotti. Segmenti quali l'*athleisure* resteranno una delle grandi tendenze di questi anni, insieme e all'opposto con il desiderio per il capo eccezionale, unico, da collezionare come un'opera d'arte. A questa fascia di *connaisseur*, che frequentano le sfilate come gallerie d'arte, sono rivolte per esempio le proposte di Schiaparelli, di Loewe, di Courrèges, del nuovo astro nascente Durrant Lantink, premiato di recente da Lvmh. Ma, mentre fra i grandi gruppi infuria la battaglia per mettere sotto contratto le celebrities del cinema e dello sport, fotografarle in prima fila, stringere con loro collaborazioni, partnership, testimonianze pubblicitarie, una strategia che avvicina sempre di più la moda all'entertainment e della quale è prova diretta ed evidente la creazione, da parte della famiglia Arnault, di una casa di produzione cinematografica e l'acquisi-



Fabiana Giacomotti, storica del costume, curatrice di mostre presso i principali musei italiani, da Palazzo Mocenigo e Palazzo Morando ai Musei di san Domenico, ha diretto numerose testate periodiche e quotidiane, da "Amica" a "MfFashion", pubblicato saggi e guide in Italia e all'estero, principalmente in Inghilterra con Cambridge Scholars, fondato un master universitario alla Sapienza, dove è stata docente per diciotto anni. Attualmente cura l'inserito di cultura e industria della moda del "Foglio", "Il Foglio della Moda", unica testata a diventare libro a cadenza annuale, è autrice e conduttrice di una rubrica su Rai Italia e collabora con prestigiose fondazioni.



zione della totalità delle azioni del settimanale "people" "Paris Match", è chiaro che per la moda italiana, cioè per la vastissima compagine di piccole e piccolissime aziende cresciute negli ultimi quaranta-cinquanta anni come *façoniste* sull'onda di una domanda sempre crescente, ma mai davvero specializzate, mai capaci o lungimiranti abbastanza per investire su un proprio marchio o dotarsi di un management all'altezza, sia suonato il *redde rationem*.

Se il governo Meloni, assediato da più tavoli di crisi di quanti possa reggerne a fronte di un calo produttivo che in settori come la pelletteria supera il 18 per cento, pensa a un piano di salvataggio per i nomi più rilevanti, più strategici, forse anche più meritevoli che è sempre una valutazione difficile e per la quale ci vorranno competenze specifiche, è evidente che vada ripensato questo sistema produttivo, nato anche molto spontaneamente, nei piccoli appartamenti e nei casali di campagna,

a cavallo e subito dopo le due guerre mondiali e da allora mai davvero aggiornato. È arrivato il momento di mettere mano ai distretti, fra quelle decine di migliaia di piccole aziende che in questi anni, e nei casi migliori, sono state fatte oggetto di molte attenzioni da parte dei grandi gruppi. La verità che nessuno vuole raccontare è che nel giro di pochi anni, il famoso Made in Italy della filiera, le manifatture specializzate saranno entrate a far parte dei grandi gruppi, sperabilmente italiani come Zegna o Prada che già ne hanno acquisite molte ma è più probabile straniere, mentre tantissime altre, che avevano raggiunto una certa o anche una discretissima prosperità (talvolta grazie anche a speciali incentivi fiscali sulla lavorazione, vedi il calzaturiero della gomma nelle Marche), dovranno rassegnarsi a cambiare, ad accorparsi o a chiudere. C'è ancora tempo per intervenire, purché se ne abbia la voglia e la volontà. Ma è chiaro che, oltre le star in passerella, il perimetro della moda vada restringendosi.

Il lusso del domani: un'esperienza fatta a mano

di **Jacopo Ascari**

Con i suoi disegni, Jacopo Ascari combina elementi di moda, architettura, luoghi iconici, piazze e figure, creando narrazioni visive che attraversano diverse dimensioni artistiche e diverse epoche. Con questa intervista, ci accompagna in un viaggio attraverso il futuro della moda, analizzando le trasformazioni del kitsch e del lusso, e svelando come le nuove tendenze estetiche possano ridefinire i codici della bellezza, dell'eleganza e dell'espressione personale.

Quale sarà il futuro della moda?

La prima grande questione riguar-

da la produzione. Credo e spero che a breve sarà chiaro a tutti che si deve produrre soltanto quello che si vende, in modo da ridurre al minimo la sovra produzione e il disastroso impatto ambientale che questa comporta. Andremo verso una moda *ad personam* sempre più vicina al consumatore finale, rifacendosi sempre di più, anche nell'estetica e nella comunicazione, ai saperi dei Maestri Artigiani, come dimostrano lo straordinario successo di Homo Faber a Venezia o l'interesse che il premio LVMH Maestri Artigiani.



Come è cambiata l'accezione del kitsch nel tempo?

Identifichiamo il termine kitsch con lezioso e ridondante, legato alla produzione e al mercato. Il mercato e la pubblicità intervengono in modo sensibile sulla percezione dell'arte, della musica, della letteratura, del cinema, fino all'architettura. Nella società contemporanea quindi un pubblico sempre più vasto si lascia affascinare da merce mediocre e a buon mercato, ma piacevole e appariscente. A partire dalla rivoluzione di Andy Warhol, kitsch diviene un modo di essere, un *attitude* accostata a parole d'immenso valore, anche creando un certo cortocircuito ideologico di dubbio senso. Due tra i più grandi protagonisti del kitsch contemporaneo, come Fedez e Donatella Versace: «meglio il cattivo gusto del bon ton,

almeno ti fa parlare: è libertà».

In realtà alcuni dei miei massimi riferimenti si rifanno a questi temi. Nella definizione della mia estetica, rutilante, popolare, esilarante ma anche violenta. Mi piace fare disegni che sovrappongano cultura popolare e cultura d'élite, alla ricerca di una centrifuga storica ed emozionale. Tanti mi definiscono kitsch, e sinceramente mi fa piacere. Il prossimo decennio vedrà probabilmente l'esplosione massima e ultima di questo atteggiamento.

E quale ruolo assumerà la sostenibilità?

Non credo che il lusso sia legato a valori sostenibili, è la comunicazione del lusso che ricorre a un certo ventaglio di argomenti definibili come eticamente rilevanti per ottenere il plauso del consumatore. Da sempre il mondo del lusso e della moda sono estremamente cinici e hanno continuamente bisogno di nuovi spunti per proporsi "etici" agli occhi del pubblico.

Basta pensare all'apertura di qualche anno fa alle modelle *curvy* sulle passerelle, sembrava dovesse diventare una tema scontato per i *fashion show*: ecco, sono totalmente sparite, anzi forse l'immaginario tipico è ulteriormente magro.

Diverso è il caso della *diversity and inclusion*, da anni temi propri della moda, in particolare del *pret-a-porter*. Si tratta di temi che, per lo meno in questo ambito, possiamo dare per assodati e che hanno già profonda-

mente influenzato l'estetica. Il futuro sarà influenzato da altri grandi temi, su tutti sostenibilità, trattata in modo serio e realistico.

E il legame tra tecnologia e moda, invece?

Credo che la commistione tra moda e tecnologia abbia già raggiunto il picco massimo, sempre più infatti vi è in ogni ambito moda, dalla produzione alla comunicazione, un ritorno a tutta la poesia dell'homo faber, delle mani sapienti, dell'estetica e dell'etica dell'artigianato. Nel futuro, credo l'artigianato risponderà sempre più alle richieste e alle esigenze del lusso, mentre la tecnologia si orienterà verso la produzione di massa e il *fast fashion*.

Negli ultimi vent'anni, d'altra parte, l'avvicinamento della tecnologia *prêt-à-porter* ha determinato un progressivo calo della qualità produttiva, compromettendo irrimediabilmente il tessuto produttivo del Made in Italy, e aprendo la strada a proposte di alta qualità provenienti da altre parti del mondo.

Il fatto a mano rimarrà la chiave dell'esclusività?

Credo che il lusso del futuro coinciderà sempre di più con il *fatto a mano*, in ogni ambito della vita. Sempre più, quando mi chiedono di immaginare o presenziare ad eventi, mi si propone di dar vita ad *experience* che possano arricchire la semplice proposta del prodotto. Lusso

coincide sempre più con costruire momenti di vita unici e irripetibili. Incontri che sappiano interpretare la singola vicenda. Insomma, il lusso del futuro sarà saper coinvolgere il tempo del cliente. Recentemente, ho preso parte a un incontro privato con alcune delle persone più ricche al mondo per uno degli alberghi più prestigiosi. Il giorno dopo, confrontandomi con il management rispetto alla riuscita dell'evento, mi è stato detto proprio questo: «queste persone hanno e hanno visto tutto, avvicinandole per disegnare insieme, lasciandoti guardare nel realizzare un disegno da donare loro, hai dato vita a un qualche *tempo* capace di interessarli e stupirli».

Sorprendere e sedurre il proprio interlocutore, rimarrà la chiave della moda?

Centrale sarà sempre più quella che la teoria della moda descrive come *personal design language*, ovvero un manifesto di un nuovo linguaggio progettuale che sovverte le consuetudini, in cui ognuno è il designer di sé stesso.

La commistione tra "alto" e "basso" ci permette di divenire gli stylist di noi stessi, riconsegnandoci le chiavi della nostra immagine. La considero una tendenza assolutamente positiva, la mancanza di confini ci dà coraggio e ci riconsegna la capacità di sognare, in uno storytelling visionario che io faccio coincidere con l'idea stessa di Moda.

Jacopo Ascari, architetto, nasce a Modena nel 1993. Cresciuto in un ambiente creativo e stimolante, inizia a lavorare come illustratore freelance e consolida la propria formazione nel mondo dell'Arte Contemporanea e dietro le quinte delle grandi mostre internazionali presso la Biennale di Venezia. Nel 2020 fonda Atelier Ascari, studio di consulenza d'immagine e di comunicazione; nel 2022 espone presso la Galleria Winarts di Milano, e nel 2024 la partecipa al Fuori Salone.



COMPRENDERE

THE KITCHEN
ISSUE

ASCAR x color water

Questa casa sarà un albergo





Naturale sconosciuto Mariangela Gualtieri

Certi alberi vicini alle case
sostano in una pace inclinata
come indicando come chiamando
noi, gli inquieti, i distratti
abitatori del mondo. Certi alberi
stanno pazientemente. Vicini
alle camere nostre dove gridiamo
a volte di uno stare insieme
che ha dentro la tempesta
noi che devastiamo facce care
per una legge di pianto.

Less aesthetics, more ethics. Un invito sempreverde

di **Massimiliano e Doriana Fuksas**

Sono passati circa 25 anni da quando abbiamo seguito e diretto la Biennale di Venezia 2000 intitolata Città: *Less Aesthetics, More Ethics* e mai come in quel momento ci siamo resi conto di quanto sia urgente rispondere alle crisi ambientali e sociali che stanno trasformando il pianeta. Non è più possibile progettare senza tenere conto della sostenibilità e dell'integrazione tra natura e città. Abbiamo sempre creduto che l'architettura possa essere uno strumento potente per creare un futuro migliore, un futuro che rispetti l'ambiente e migliori la vita delle persone.

Fin dai nostri primi progetti, abbiamo cercato di adottare soluzioni sostenibili. La sostenibilità, per noi è sempre stata parte importante del processo creativo, non una semplice aggiunta. Quando abbiamo progettato il Centro Congressi La Nuvola a Roma, non ci siamo limitati a creare un progetto innovativo, ma uno spazio fluido e modulabile. Abbiamo inserito soluzioni come pannelli fotovoltaici e un sistema di climatizzazione geotermico, che sfrutta l'acqua del vicino lago artificiale dell'EUR per ridurre il consumo energetico. Il concetto di architettura sosteni-

bile, tuttavia, si è consolidato per noi durante la Biennale di Venezia del 2000, che abbiamo curato sotto il titolo *Less Aesthetics, More Ethics*. Questa esperienza ha segnato un punto di svolta nel nostro approccio. L'obiettivo era porre l'accento sull'etica nell'architettura, in contrapposizione alla crescente attenzione per l'estetica fine a sé stessa. Abbiamo voluto esplorare come l'architettura potesse rispondere alle sfide sociali e ambientali del nuovo millennio, offrendo soluzioni che mettessero al centro le persone e il pianeta. La Biennale è stata un'opportunità per dimostrare che l'architettura non può più ignorare il contesto in cui opera. Attraverso installazioni e progetti innovativi, abbiamo presentato un'architettura che non si limita a costruire, ma che risponde in modo responsabile ai bisogni delle comunità, rigenerando il tessuto urbano e creando un dialogo continuo tra natura e città.

È proprio in questo dialogo costante che nascono le città del futuro. Non è rilevante l'aspetto dimensionistico, non serve che siano megalopoli, bensì reti di piccoli centri interconnessi. Un esempio di questa visione è il nostro progetto per Seoul, una città che rappresenta un equilibrio tra tradizione e modernità. Abbiamo partecipato alla rigenerazione urbana della capitale coreana con il progetto *Superground*. Il *Superground*

fonde tecnologia e natura per creare spazi multifunzionali, offrendo una nuova esperienza urbana che unisce la vita metropolitana alla dimensione naturale.

Il *Superground* è pensato per creare spazi pubblici sopraelevati che si estendono su più livelli, collegando edifici e infrastrutture in un sistema che lascia ampio spazio al verde. L'obiettivo è ridurre l'impatto ambientale e offrire spazi rigenerativi che migliorino la qualità della vita urbana. Questo progetto incarna la nostra convinzione che le città devono evolversi per offrire spazi non solo funzionali, ma anche rigeneranti. Un parallelo può essere fatto con il recupero del fiume Cheonggyecheon a Seoul, che ha riportato alla luce un importante corso d'acqua urbano. Come con il *Superground*, questo intervento ha dimostrato che è possibile reinventare le città, integrando spazi verdi e soluzioni ecologiche senza sacrificare l'efficienza o la densità urbana. *Superground* rappresenta un modo innovativo di pensare l'architettura urbana, permettendo una maggiore connessione tra spazi naturali e costruiti, riducendo al contempo l'impatto ambientale complessivo della città.

Uno dei progetti più innovativi ed emblematici per la nostra ricerca a cui stiamo lavorando è NEOM, in Arabia Saudita, una città del futuro pensata per essere un modello di sostenibilità su scala globale. NEOM



è un'opportunità straordinaria per l'architettura sostenibile e il conseguente rapporto tra natura e spazio costruito. The Line, uno dei molteplici progetti di NEOM, è una città lineare lunga 170 km, progettata per ospitare nove milioni di persone senza l'uso di automobili. È un'idea straordinaria, in cui le infrastrutture sono completamente integrate con l'ambiente naturale, permettendo di preservare vasti spazi di paesaggio incontaminato. Lavorare su The Line, è stata un'occasione importante per riflettere su come l'architettura possa rispondere alle sfide globali. NEOM rappresenta un laboratorio urbano in cui sperimentare nuovi modi di vivere, basate su una radicale riduzione dell'impatto ambientale e un maggiore contatto con la natura.

In tutti i nostri progetti, ci sforziamo di utilizzare la tecnologia come uno strumento per migliorare l'efficienza energetica e la sostenibilità. La tecnologia, però, non deve mai essere fine a sé stessa. Deve servire a migliorare la vita delle persone e ridurre l'impatto sull'ambiente. Questo è particolarmente evidente in progetti come NEOM, dove l'uso di energie rinnovabili e la mobilità senza auto sono elementi chiave. Ma anche in progetti precedenti come il Centro Congressi EUR La Nuvola o la Fiera di Milano Rho, abbiamo sempre cercato di integrare soluzioni tecnologiche che rendessero gli edifici più efficienti dal punto di vista energetico e più rispettosi dell'ambiente.

La pandemia ci ha insegnato che le città e gli edifici, come noi abbiamo

Massimiliano e Doriana Fuksas

sono una coppia di architetti italiani di fama internazionale, noti per il loro approccio innovativo e visionario all'architettura contemporanea.

Massimiliano Fuksas, nato a Roma nel 1944, ha fondato lo studio Fuksas negli anni '80, e Doriana, laureata in architettura e in storia dell'arte, si è unita a lui nel 1985. Lo studio è conosciuto per progetti iconici come il nuovo centro congressi La Nuvola a Roma e il Terminal 3 dell'aeroporto di Shenzhen. Il loro lavoro combina estetica, sostenibilità e tecnologie avanzate, con un focus su grandi spazi pubblici, trasparenza e materiali innovativi.



sempre affermato, devono essere più flessibili e adattabili. Uno dei momenti più commoventi per noi è stato vedere il Centro Congressi EUR La Nuvola trasformata, proprio nel periodo del Covid-19 nel più grande HUB Europeo per le vaccinazioni. L'architettura del futuro deve essere pensata non solo per le esigenze di oggi, ma anche per quelle che emer-

geranno nei prossimi decenni. Questo significa creare spazi flessibili che possano essere trasformati in base ai cambiamenti e alle esigenze di chi li abita quindi spazi che promuovano la salute fisica e mentale, offrendo accesso alla natura e riducendo l'inquinamento. Assistere alla capacità di modificarsi e di adattarsi di un edificio è la garanzia di una sua lunga vita!

Dal camino allo schermo: l'abitare del futuro

di **Pablo Molezún**

Il nostro modo di vivere è cambiato rispetto al passato; non abitiamo più come si faceva prima o dopo la Seconda guerra mondiale. Architetti e designer hanno dovuto adattarsi a nuovi contesti socio-economici, comprendere e prevenire i bisogni delle diverse generazioni.

Le proposte e le soluzioni che un progettista può fornire devono essere consapevoli dei modi di vivere e delle esigenze di chi abiterà uno spazio specifico. Non si può ridurre il progetto semplicemente al numero di metri quadri o alla disposizione degli ambienti e, sebbene sia com-

plesso prevedere come si comporterà l'abitante di una casa, è fondamentale sforzarsi di immaginarlo. Ad esempio, prima della pandemia del 2020 solo pochi in Italia o in Spagna avevano pensato di integrare nel proprio appartamento un piccolo angolo dedicato al lavoro, o addirittura una stanza appositamente progettata. Ciò che è accaduto si è svolto con una rapidità straordinaria, costringendo tutti a un adattamento senza precedenti: abbiamo compreso l'importanza di avere uno spazio in casa dedicato al lavoro. Ecco perché dobbiamo sforzarci di prevedere il fu-

turo: perché abbiamo anche la responsabilità di contribuire a quel futuro.

In passato la vita familiare ruotava attorno alla televisione, proprio come un tempo si riuniva intorno al camino. Oggi, nella maggioranza delle abitazioni, non c'è più la necessità di focalizzarsi su un unico elemento, poiché è cambiata la struttura delle famiglie, e i modi in cui si riunisce, spesso di fronte agli schermi dei propri telefoni, senza interazioni faccia a faccia. È fondamentale quindi conoscere e comprendere come si muove la società attuale e quali siano i suoi metodi di condivisione: possiamo non solo adattarci, ma anche analizzare le istanze del presente per anticipare quelle del futuro.

In merito ad alcune di queste considerazioni, sta emergendo una crescente consapevolezza, non solo tra i clienti, ma anche tra fornitori, ingegneri, architetti e tutte le figure coinvolte nella progettazione. Questa consapevolezza, o *consciousness*, è simile a quella che si sta diffondendo nel mondo della moda: non ci sono lavorazioni che, pur avendo costi superiori, offrono una durabilità maggiore rispetto a prodotti progettati con un'attenzione superficiale all'ambiente. È un equilibrio delicato: alcuni materiali potrebbero non essere completamente favorevoli alla sostenibilità, ma la loro longevità supera quella di oggetti realizzati con un approccio ecologico che, dopo breve tempo, vengono scartati.

La quantità di spreco che generiamo è enorme e dobbiamo prendere atto di questo problema.

Dobbiamo affrontare questa sfida perché il bisogno di adattamento diventa sempre più evidente. I fattori esterni già ci sollecitano, e in futuro ci obbligheranno a muoverci a una velocità che molti Paesi faticano a sostenere. Dobbiamo quindi compiere non solo un passo avanti, ma centinaia di passi in avanti. Oppure, come alternativa saggia, potremmo anche considerare di fare un passo indietro, e tornare a pratiche più sostenibili. Personalmente, vivendo a Milano, ogni estate mi domando se continuerò a restare qui a causa del caldo e dell'afa. Sono colpito dalla quantità di impianti di condizionamento presenti ovunque; ogni abitazione e ufficio ne è dotato.

Provengo da La Coruña, una città della regione atlantica del nord della Spagna dove questo non è necessario perché il clima è naturalmente fresco. Lì la concezione della temperatura e del comfort abitativo è molto diversa rispetto a quella del sud del paese. Ecco, ci stiamo dimenticando dell'importanza di questi aspetti, affidandoci ciecamente alla tecnologia e alle soluzioni che può offrire. In passato, gli edifici erano progettati con finestre su più lati per favorire la ventilazione naturale, oggi, invece, vediamo appartamenti unidirezionali che non consentono

la ventilazione naturale degli ambienti. È sorprendente come la gente si sia dimenticata che per rinfrescare un ambiente a volte basta chiudere le persiane durante il giorno, per trovare la sera la temperatura già più fresca di uno o due gradi. Certo, non sarà come avere l'aria condizionata a 21 gradi, ma è un piccolo accorgimento che può fare la differenza.

Anche il contesto geografico è fondamentale per la progettazione: le case a La Coruña sono orientate per sfruttare il calore del sole, mentre a Siviglia sono orientate in modo opposto per sfuggire al caldo eccessivo. Questi aspetti devono essere pensati fin dall'inizio nella progettazione degli edifici, ma purtroppo giunti in un periodo storico in cui queste considerazioni sono trascurate o ignorate, e ci troviamo circondati da edifici che dipendono completamente dal riscaldamento e dal condizionamento artificiale.

Eppure, le esigenze di chi vive a Catania non possono essere le stesse di chi abita a Milano, e il clima di Roma non può essere quello di Trento: siamo diventati *consumatori* di spazi e architettura, cercando di adattarli a standard che non ci appartengono. Dobbiamo essere consapevoli che i progetti più affascinanti sono quelli che mostrano un'analisi e comprensione del luogo, della sua geografia e delle sue caratteristiche. Non a caso, spesso, questi progetti sono quelli che suscitano maggiore approva-

zione. È fondamentale fare un passo indietro e tornare alle radici del territorio, comprendere come si sviluppavano le località e quali erano le loro esigenze abitative. La globalizzazione, l'aumento della popolazione, le migrazioni e i cambiamenti ambientali sono interconnessi quando parliamo del tema dell'abitare.

Anche le abitudini, in particolare quelle quotidiane, sono fondamentali: dopo un periodo di vita da solo, sono rimasto colpito dalla quantità di spazzatura che produco. Non me ne ero mai reso conto, e questa esperienza è stata per me un vero e proprio *case study*. Mi sono chiesto: «Cosa sto facendo per contribuire a questo consumo eccessivo?». La frenesia del mondo in cui viviamo ci ha abituati a voler tutto immediatamente, in un ciclo continuo di usa e getta. Eppure, se ci fermassimo un momento, potremmo riflettere e riconoscere che possiamo essere felici e soddisfatti con meno di ciò che possediamo.

Abbiamo cercato di ottimizzare gli appartamenti delle nostre città, ma le persone hanno bisogno di ambienti che consentano loro di rallentare e di essere più consapevoli, consumando meno. Non sono un grande sostenitore degli *open space*, nonostante le tecnologie disponibili, credo che ciascuno abbia bisogno di variare l'ambiente in cui vive per distaccarsi mentalmente dalla routine quotidiana. Negli anni ho ricevu-





to richieste sorprendenti, la più inquietante è stata quella di eliminare la cucina. A parte il fatto che non è legale, è preoccupante che qualcuno in una città come Milano possa pensare di rinunciare a un elemento così essenziale per avere più spazio. Se costringiamo le persone a entrare in casa solo per svolgere le attività quotidiane – fare la doccia, mangiare cibo già pronto e dormire – rischiamo di trasformare le abitazioni in celle, all'interno delle quale sarà difficile trovare il tempo o la voglia di leggere un libro o dedicarsi ad attività arricchenti. La conseguenza è che le per-

sone eviteranno di trascorrere tempo a casa perché gli spazi che progettiamo non offrono comfort né piacere.

Mai come oggi, tutto sembra dover avere un prezzo, ma ci sono aspetti della vita, anche se possono sembrare banali, che non hanno un costo: il tempo, ad esempio. È fondamentale che il tempo sia di qualità perché, sebbene non sia un valore tangibile, rappresenta uno degli aspetti più importanti per l'essere umano.

Ci ripetiamo di non avere tempo, ma in realtà ne abbiamo; è solo una questione di come decidiamo di investirlo. Come scegliamo e sceglieremo di farlo è ciò che cambierà il nostro abitare del futuro.

Pablo Molezún si è laureato in Interior Design a Madrid nel 2011. Le prime esperienze professionali lo hanno portato a Londra, dove ha svolto uno stage come interior designer specializzato in ospitalità di lusso. Appassionato di arte, storia, architettura, cinema, moda e design, ha collaborato per diversi anni con Dimorestudio, uno studio internazionale d'avanguardia noto per la sua capacità di rendere labili i confini tra arte e design, moda e architettura. Oggi collabora con lo studio di design del regista Luca Guadagnino, dirige il dipartimento di styling di Matteo Thun & Partners e guida la direzione creativa del suo nuovo studio.

Photo credits

p. 5 © Moreno Maggi
 pp. 6-7 © Moreno Maggi
 p. 8 © Moreno Maggi
 p. 11 © Moreno Maggi
 pp. 16-17 © Giovanna Guarino
 p. 23 © Paolo Tosti
 pp. 26-27 © Marta Scotti
 pp. 30-31 © Moreno Maggi
 p. 32 © Moreno Maggi
 pp. 34-35 © Marco Marccone
 p. 37 © Fabrizio Mingarelli
 p. 38 © Moreno Maggi
 p. 42-43 © Paolo Tosti
 pp. 44-45 © Moreno Maggi
 p. 51 © Moreno Maggi
 pp. 52-53 © Fabrizio Mingarelli
 pp. 54-55 © Marco Marccone
 p. 58 © MAECI
 p. 59 © MAECI
 pp. 62-63 © Marco Marccone
 p. 66 © The White House
 pp. 72-73 © Moreno Maggi
 p. 75 © Paolo Tosti
 p. 77 © Marta Scotti
 p. 80 © Fabrizio Mingarelli
 p. 81 © Fabrizio Mingarelli
 pp. 82-83 © Marco Marccone
 pp. 86-87 © Moreno Maggi
 pp. 90-91 © Moreno Maggi
 p. 97 © Pietro Terzini
 p. 98 © Pietro Terzini
 p. 99 © Pietro Terzini
 p. 100 © Pietro Terzini
 pp. 102-103 © Marco Marccone
 p. 106 © Marta Scotti
 p. 107 © Moreno Maggi
 p. 109 © Moreno Maggi
 p. 110 © Marta Scotti

pp. 112-113 © Moreno Maggi
 pp. 116-117 © Moreno Maggi
 p. 119 © Marta Scotti
 p. 121 © Jacopo Ascari
 p. 123 © Jacopo Ascari
 pp. 124-125 © Marco Marccone
 p. 128 © Fuksas Architects
 p. 129 © Roland Halbe
 pp. 132-133 © Matteo Thun & Partners
 p. 135 © Moreno Maggi



Hanno scritto per noi:

Giuseppe Acconcia, Andrea Ariano, Davide Assael, Bruna Bagnato, Antonio Barone, Emmanuel Becker, Hicham Benohoud, Stefano Betti, Luigi Biondi, Francesca Biondo, Renato Brunetta, Salvatore Carollo, Maurizio Carvelli, Marco Casini, Giovanni Castellaneta, Giordano Stefano Cavini Casalini, Raoul Chiesa, Nunzia Ciardi, Roberto Cingolani, Chiara Comito, Paolo Costa, Chiara D'Arco, Arianna Dagnino, Marta Dassù, Sarah De Villiers, Massimo Deandreis, Paola Del Negro, Enea Dellaglio, Gianluca Di Feo, Giuseppe Di Franco, Andrew Esiebo, Danielle Eubank, Cesare Ferrero, Giusella Finocchiaro, Lorenzo Fiori, Matteo Flora, Pierroberto Folgiero, Chiara Giaccardi, Andrea Gibelli, Mario Giro, Rosalba Giugni, Raffaella Giugni, Claudio Graziano, Guido Grimaldi, Marila Guadagnini, Stefano Gulmanelli, Christine Handte, Monica Iacono, Emilio Isgrò, Cathy La Torre, Erica Lago, Gino Lanzara, Antonio Leandro, Giorgio Legnani, Benedetto Levi, Stefano Libardo, Laura Lieto, Franc Lirzin, Stefano Loasses, Gian Marco Luna, Ibrahim Maarouf, Mauro Magatti, Paolo Magri, Domizia Mandolesi, Gaetano Manfredi, Paolo Manfredi, Antonio Marsiglia, Piero Martin, Giampiero Massolo, Michela Mercuri, Ciro Miguel, Cristiana Monina, Mara Morini, Karima Moual, Carlotta Muston, Nello Musumeci, Stefano Nazzi, Maria Paex Gonzalez, Giulia Paganelli, Claudia Pagnini, Angelo Panebianco, Leonardo Parigi, Gianfranco Pascucci, Giorgio Pasqualini, Luigi Patimo, Giovanni Pettorino, Matteo Piantedosi, Gustavo Pietropolli Charmet, Cesare Pozzi, Roberto Prioreshi, Brando Quilici, Riccardo Radaelli, Giampietro Ravagnan, Caterina Roggero, Antonino Saggio, Stefano Sannino, Luigi Sbarra, Lucia Scaffardi, Ester Sigillò, Rick Smith, Pietro Spirito, Andrew Stokols, Errico Stravato, Francesco Tamburini, Filippo Tessari, Gianclaudio Torlizzi, Lucrezia Villalta, Walter Vitali, Cecilia Zorzi



2014 | 2024

COMPRENDERE