

GIOVANNI CAMPAGNOLI - MANUEL CERUTTI - MARCO MARTINETTI - GABRIELLA CONTU

## SE UN PARCO RINASCE CANTIERE CULTURALE GIOVANILE

Il percorso di animazione di «Spazioper» a Borgomanero (No)

*Trasformare un parco degradato e inutilizzabile in un luogo di ritrovo e sperimentazione giovanile. Spesso le esperienze di sviluppo locale nascono da intuizioni come questa, capace di connettere e saldare tra loro due obiettivi tipicamente*

*sociali: la riqualifica ambientale di un pezzo di città con il bisogno di spazi di aggregazione giovanile. Ma perché un'esperienza sia sociale non basta un'intuizione, occorrono modalità, logiche e pratiche congruenti. Il ricorso a processi tipici dell'animazione socioculturale si rivela un sostegno importante per lavorare in questa direzione.*

**I**talo Calvino ha immaginato un potentissimo monarca, il Gran Khan, affidare a Marco Polo, esploratore per antonomasia, il compito di descrivergli le città incontrate. Ne è nata una galleria di «città invisibili», che nella loro ricercata stranezza rivelano non pochi punti di contatto con i nostri agglomerati urbani. Nel rileggere la nostra esperienza di lavoro, il concetto stesso di «città invisibile» ci è tornato alla mente. Più volte.

Le città invisibili sono quegli aspetti della comunità che non si possono/vogliono vedere, l'equivalente della polvere nascosta sotto il tappeto. Azioni di promozione della partecipazione o politiche per i giovani spesso trovano comodamente spazio sotto il tappeto.

Le città invisibili sono quei luoghi segreti e quasi mitici, per loro natura inaccessibili. È quanto accade ad alcuni spazi giovani che esistono a prescindere dalla comunità di appartenenza, luoghi a uso esclusivo dei giovani, riserve indiane che suscitano diffidenza o addirittura timore in alcuni e placano i dubbi di altri, dimostrando che qualcosa per i giovani è stato, tangibilmente e inequivocabilmente, fatto: adesso tocca a loro organizzarsi.

Le città invisibili sono la città che non vedo, se guardo solo la mia casa o la mia via. Si tratta allora di capire da dove possa derivare questa miopia sociale, in cui la dimensione pubblica sfuma e sbiadisce mentre è possibile mettere a fuoco solo ciò che è strettamente privato, non in quanto profondamente personale ma in quanto decisamente limitrofo ed escludente.

Le città invisibili, infine, sono il non-ancora, quindi la possibilità: sono le visioni di città che potrebbero essere, ma alle quali occorre lavorare un po'. Ci è tornata in mente, allora, l'immagine che ha dato il via al progetto: l'idea che la città sia un organismo vivente alimentato dall'interscambio di beni, relazioni e idee che circolano al suo interno. Un organismo che per respirare ha bisogno anche e soprattutto della sua parte più giovane. Perché se non scommette sul protagonismo sociale dei ragazzi, la città rischia in futuro di essere abitata da individui, ovvero da soggetti che non condividono lo spazio sociale con altri, atomi sul territorio, tra loro slegati, senza un'idea di società in testa perché non l'hanno sperimentata da piccoli.

La *sfida* che si presenta, allora, può essere così definita: come può la città diventare, da spazio solo fisico (non-luogo), laboratorio sociale e culturale dove i giovani possono trovare stimoli e strumenti per inventare nuovi mondi possibili? <sup>(1)</sup>

## Quel parco dove nessuno andava

Settembre 2001. Il Comune di Borgomanero (No) e Legambiente organizzano la giornata ecologica «Puliamo il mondo» e scoprono ciò che da tempo è sotto gli occhi di tutti: il Parco della Resistenza, quello che dovrebbe rappresentare il polmone verde della piccola città piemontese, è in stato di totale abbandono.

**Un luogo cupo, mercato di spacci.** È un luogo cupo, silenzioso, patria del disagio, dove si moltiplicano le siringhe e i senza fissa dimora cercano riparo, mercato di spacci e delinquenza, spazio sottratto alla cittadinanza che non osa avvicinarsi. Suo simbolo è un piccolo chiosco abbandonato, che nessuno vuole prendere in gestione e in cui, comunque, nessuno oserebbe spendere il proprio tempo. In quell'area gli impianti sportivi sono in totale stato di abbandono e degrado.

Quel chiosco e quegli impianti, oggi, a cinque anni di distanza, sono il volano di un progetto innovativo che ha ridato fiato tanto al parco quanto alla città. Si chiama «Spazioper», e nel nome c'è la sua promessa: rendere il Parco della Resistenza uno spazio per fare musica, cinema, teatro, sport, uno spazio in cui i giovani possano non solo fruire di servizi, ma, con l'aiuto di un adulto (l'animatore), partecipare all'ideazione e realizzazione di iniziative.

Se il risultato finale conta, ed è sotto gli occhi di tutti, altrettanto importanti sono i meccanismi e i processi attraverso cui ci si è arrivati.

Dopo la giornata di «Puliamo il mondo», alcune associazioni fanno pressione affinché il Comune intervenga per il recupero dell'area abbandonata. Il primo passo ufficiale risale al maggio del 2002: si tratta della pubblicazione

di una gara d'appalto per la gestione dell'area, che prevede anche lo stanziamento di un contributo per la rimessa in funzione delle strutture. Il progetto fa sue le richieste portate dalle associazioni e prevede, tra le sue finalità generali, «realizzare attività culturali, sportive e del tempo libero per i giovani; attuare interventi per l'effettivo inserimento dei giovani nella società, prevenire e contrastare fenomeni di emarginazione e devianza». In più, come si legge nel bando, il progetto mira a creare un centro di aggregazione e animazione, capace di favorire forme di auto-organizzazione dei giovani che portino a realizzazioni concrete e riconosciute dalle comunità locali nei diversi campi dell'espressione, della comunicazione, delle relazioni sociali, dell'ambiente e della qualità della vita.

Si aggiudica la gara un raggruppamento di organizzazioni diverse, che ha come capofila la cooperativa sociale «Vedogiovane» e che comprende l'associazione giovanile «Musicaviva», la cooperativa «Raggio Verde», l'associazione culturale «Bolle di Cartone» <sup>(2)</sup>.

Gli *obiettivi* che questi soggetti condividono e che stanno alla base del lavoro comune sono i seguenti:

- offrire un punto di riferimento ai giovani che sia luogo di incontro ma anche di promozione e diffusione delle culture giovanili;
- promuovere opportunità di tempo libero «non di consumo»;
- offrire la possibilità di sperimentarsi nella ideazione e realizzazione di iniziative;
- favorire la nascita di nuovi soggetti collettivi;
- coinvolgere il mondo giovanile nell'o-

<sup>(1)</sup> Campagnoli G., Marmo M. (a cura di), *Animazione giovanile. L'esperienza di Vedogiovane*, UNICOPLI, Milano 2002.

<sup>(2)</sup> La cooperativa sociale «Vedogiovane» è attiva dal 1988 a Borgomanero (No) nel proporre attività di animazione sociale e culturale; l'associazione giovanile «Musicaviva» ha lo scopo di favorire la diffusione della cultura musicale giovanile; la cooperativa «Raggio verde» nasce su iniziativa di un gruppo di giovani decisi a promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso il commercio equo e solidale; l'associazione culturale «Bolle di cartone» organizza corsi a carattere artistico e mostre e pubblica fumetti e *fanzine*.

pera di rimessa in piena efficienza di un patrimonio pubblico.

**Il desiderio di costruire un luogo sociale.** Vincere la gara non basta. Per partire bisogna prima mettere mano al parco e alle strutture sopravvissute. Per ragionare insieme sul «come» farlo si costituisce un'équipe di progetto mista composta da istituzioni, associazioni e cooperative interessate, che condividono il desiderio di costruire un luogo in cui le dimensioni umane e relazionali siano tenute presenti nel quotidiano del lavoro.

Tutto ciò si traduce nella nascita di un'area viva e vitalizzante, chiamata «Spazioper giovani protagonisti». Il primo risultato è la ristrutturazione degli spazi: il chiosco cadente diventa un «Equobar» dalla grafica molto caratteristica, gli spogliatoi dei campi da tennis vengono rimessi in funzione, si ricava lo spazio per una sala prove e un piccolo studio di registrazione, si cominciano i lavori per rendere utilizzabile il campo da calcetto e da tennis.

Con il passare del tempo Spazioper diventa un centro di incontro per i giovani di Borgomanero, nel quale ogni organizzazione è impegnata in base alle proprie competenze:

□ Vedogiovane si occupa del coordinamento, progettazione e realizzazione della dimensione animativa;

□ Musicaviva realizza il *Kallaloo sound system*, un sistema di sale prove, studio di registrazione e montaggio video capace di supportare i giovani musicisti; cura, inoltre, le proposte musicali dal vivo, in inverno con *DJ set* e *jam session* acustiche, in estate con una rassegna per *band* emergenti;

□ RaggioVerde cura Equobar, cioè un bar con prodotti tipici locali, biologici e del commercio equo, incentivando la conoscenza e la sperimentazione di altre modalità di consumo;

□ Bolle di cartone si occupa degli aspetti artistici ed espressivi: ogni mese organizza una mostra di giovani artisti, cura la promozione e la grafica di Spazioper (merchandising, locandine, sito web).

Ma non è tutto. A Spazioper nascono nuove associazioni giovanili:

□ «Sudden Society '03», che ha costruito e gestisce uno *skate park*;

□ «Occhi aperti», che si occupa di arti digitali e visual art e cura proiezioni;

□ «Befolk», una band che ha riarrangiato in chiave folk-rock diversi canti partigiani.

Si produce, poi, una *newsletter* che tiene aggiornate tutte le persone interessate sugli eventi e le iniziative, mentre il sito internet presenta le attività realizzate e da realizzare.

Naturalmente ci sono anche eventi di varia natura: feste, incontri, giornate a tema su legalità, prevenzione all'Hiv, risorse idriche, rapporto tra Nord e Sud del mondo, concerti, 25 aprile, Giornata della memoria e dell'antimafia. Ma anche attività sportive legate ai campi da tennis e da calcetto, tornei, ecc.

---

## Una figura centrale: l'animatore

---

La premessa a questo lavoro sta nella convinzione che i giovani chiedano luoghi per fare aggregazione. Connettere la riqualifica ambientale del parco cittadino con il bisogno di spazi di aggregazione giovanile significa scommettere su voglia e capacità di protagonismo dei giovani. Ma la scommessa non può essere affidata al caso: è necessario creare condizioni che ne favoriscano la realizzazione.

Le prime condizioni che individuiamo si riferiscono alla presenza di figure adulte riconosciute e in grado di garantire le condizioni per la continuazione e lo sviluppo del progetto. Identifichiamo chiaramente l'importanza della presenza di un *coordinatore*, che curi l'andamento dell'équipe, del progetto in generale e tenga i rapporti con l'Amministrazione. Fondamentale è anche la presenza di un adulto di riferimento, l'*animatore*, che accompagna i giovani e contribuisce a creare nuove strategie di interazione fra loro, le istituzioni e il territorio. Un operatore che lavora per 18 ore settimanali, in uno spazio aperto 7 giorni la settimana, da mattina a notte, è garanzia e perno di un tutto che prende forma e vita, catalizzatore di processi e di incontri, tra compagnie di giovani diversi.

**La strategia del lavorare con i gruppi.** L'animatore ha più gruppi di riferimento:

□ l'équipe di progetto, condotta dal coordinatore e costituita dall'Ente locale e dalle organizzazioni partner, con cui ragiona sul senso e sui significati del progetto, sulle sperimentazioni possibili, sulle innovazioni, sulla valutazione;

□ l'équipe animativa, coordinata dall'animatore stesso, formata da volontari e tirocinanti, con cui condivide responsabilità di programmazione e aggregazione, e dai vari gruppi di adolescenti che promuovono iniziative e curano la programmazione mensile;

□ l'équipe del gruppo bar, formata da un responsabile (titolare della licenza amministrativa) e diversi aiuto-baristi (giovani studenti universitari in *stage*, volontari del servizio civile).

Occorre ricordare, inoltre, la serie di incontri, occasioni, contatti più casuali che avvengono nella comunità e che l'animatore trasforma in programmazione, inserendo queste opportunità nel cartellone mensile o in quello estivo. Questa è un'area di lavoro che si sviluppa con il procedere del progetto, in quanto Spazioper è sempre più riferimento tanto per i giovani che si vogliono impegnare, quanto per le organizzazioni che promuovono iniziative in città e che vorrebbero proporle al Parco. L'animatore allora crea delle équipes *ad hoc*, in funzione di un microprogetto, che si sciolgono dopo aver raggiunto e verificato lo scopo.

Quella dell'animatore è una professionalità *multitasking*, perché deve avere competenze di progettazione sociale e conduzione di gruppi di lavoro, capacità di relazionarsi tanto con le istituzioni quanto con la comunità nel suo insieme, abilità nell'organizzare e promuovere eventi, nel valorizzare e rendere visibile tutto il lavoro che viene svolto a Spazioper: un professionista in grado di organizzare e di raccordarsi con il coordinatore.

**Il tentativo di lavorare con molti giovani.** Ma come si evolve il lavoro dell'animatore nel corso del tempo?

Dopo il primo anno dall'avvio del progetto si lancia un invito ai ragazzi che frequentano in modo assiduo Spazioper, affinché si incontrino per definire attività da programmare mensilmente. Risultato di questo impegno è la formazione di un gruppo di adolescenti che partecipa alla programmazione (e realizzazione) del cartellone mensile degli eventi.

L'animatore raccorda l'impegno di questi giovani con i responsabili delle associazioni partner del progetto in modo da garantire loro spazi e strutture affinché possano trovare possibilità di espressione.

La programmazione è ben più rigorosa della semplice raccolta di interessi e desideri: entro il 15 di ogni mese viene realizzato il calendario delle iniziative del mese successivo, stampato su manifesti e volantini e distribuito in città dai ragazzi stessi. Allo stesso modo vengono preparati i comunicati stampa, le newsletter, gli aggiornamenti del sito web. Animatore e coordinatore raccordano il proprio lavoro e con la consulenza di un grafico si procede alla promozione.

In estate la programmazione viene ulteriormente sviluppata. Dal 21 giugno (giornata europea della musica) a fine settembre il cartellone delle iniziative a Spazioper si sviluppa sotto lo slogan «R-estate al parco, ogni sera un evento». Gli appuntamenti si susseguono secondo un calendario settimanale, che prevede per ogni giorno un'iniziativa diversa: cinema all'aperto, appuntamenti culturali, jam session, proiezioni fotografiche, teatro e cabaret (con giovani attori locali), rassegna delle giovani band, esibizioni nello skate park illuminato.

Il tentativo di lavorare con molti giovani e organizzazioni richiede l'utilizzo di modalità operative diversificate. Si cerca di sostenere iniziative in linea con gli obiettivi del progetto, privilegiando sperimentazione e interazione. Si opta per una pratica di azione sociale, in cui la coppia animatore-coordinatore, spesso impegnata in prima linea nel fare, possa poi dedicare momenti a lasciar decantare esperienze ed emozioni, al fine di trasferirsi reciprocamente conoscenze, apprendimenti e competenze.

**I ragazzi, da avventori a organizzatori.** La nascita di équipes molteplici, per progetti e iniziative ad hoc, permette di ottenere informazioni e sperimentare nuovi comportamenti, osservando ciò che essi determinano, in discontinuità con regole e aspettative tradizionali. Queste collaborazioni informali facilitano il trasferimento di conoscenza, diventando un grande processo di *learning-by-working*, ma anche un grande veicolo di sviluppo del capitale sociale in dimensioni rilevanti<sup>(3)</sup>. Non solo: in questo modo le persone coinvolte in un microprogetto possono veicolare ad altri che si affacciano successivamente le modalità di replicazione e il *modus operandi*.

Infatti una delle caratteristiche di Spazioper è il continuo rinnovamento delle forze giovani impegnate a progettare. A rendere possibile questo circolo virtuoso che porta l'avventore a divenire organizzatore (e quindi partner, anche se per poco, del progetto) è il lavoro quotidiano con i giovani: l'animatore ha il compito di entrare in contatto con i giovani che frequentano Spazioper, di chiacchierare con loro, di conoscerli e di far conoscere il progetto. Da questo incontro nasce la possibilità di partecipare, la costruzione e il coinvolgimento dei gruppi: l'animatore è chiamato a soffermare la propria attenzione sui processi relazionali e decisionali, sulle dinamiche di potere e di coinvolgimento. Tutto questo senza sottrarsi al confronto, rendendolo anzi aperto alla soggettività sociale del gruppo, quando non dell'intera comunità, piuttosto che questione da risolvere a tu per tu, raccogliendo anche gli spunti più timidi e dissonanti.

**La creazione di un gruppo genitori.** Entrati nel terzo anno di lavoro emerge un aspetto nuovo, inatteso: Spazioper è anche riferimento per quelle famiglie «normali» (cioè non segnalate ai servizi o multiproblematiche) alle prese con un problema educativo portato dalla figlia o dal figlio adolescente. Anche questo è un aspetto interessante, un nuovo bisogno cui oggi si tenta di dare risposta impostando con le famiglie un percorso educativo di confronto con i figli.

Il punto di partenza è un lavoro di montaggio di *videoclip* con interviste incrociate genitori-figli, ai quali vengono rivolte le stesse domande. Spiazzanti, per tutti, le risposte. Da lì nasce una serie di serate con i genitori e alcuni formatori di Vedogiovane, arrivando alla creazione di un gruppo genitori, coinvolto in alcune iniziative di Spazioper.

## I linguaggi della comunicazione

Sin dalla nascita di Spazioper ci si interroga sull'opportunità di destinare risorse specifiche alle attività di comunicazione.

**Comunicare il senso del progetto.** Una semplice considerazione porta a evidenziare l'importanza della comunicazione. Poiché Spazioper è aperto ogni giorno dalle 7 del mattino fino a sera, per un totale di 70 ore a settimana, la comunicazione e l'informazione rivolte a chi lo frequenta non possono essere affidate solo all'animatore, presente 18 ore a settimana: se da un lato è fondamentale che i baristi, parlando con gli avventori, fungano per così dire da *back office* delle attività del progetto, dall'altro è indispensabile curare con attenzione strumenti specifici per comunicare aspetti quali:

*informazioni generali*: che cos'è il progetto, quali sono le iniziative, chi è possibile contattare;

*informazioni tecniche*: iscrizioni a tornei, prenotazioni campi e sala prove, prenotazioni a cene o eventi, domande per esporre lavori artistici, ecc.;

*informazioni sui prodotti del bar*: prodotti di derivazione dal commercio equo e solidale o prodotti locali, che occorre far conoscere e promuovere presso gli avventori.

Tutte queste esigenze condizionano le scelte comunicative: è necessario optare per una politica di *brand*, che viene richiamato nell'insegna, nei poster, sul web, nei volantini,

<sup>(3)</sup> Lipparini A., *La gestione strategica del capitale intellettuale e del capitale sociale*, il Mulino, Bologna 2002.

nelle *brochure*, sul pannello pubblicitario nel Parco, ma anche all'interno dell'Equobar.

All'interno del progetto coesistono *due modalità* integrantisi ma distinte di comunicazione:

□ quella orizzontale tra giovani, che è un canale molto efficace per il passaggio delle informazioni;

□ quella basata sull'uso di alcuni strumenti di *marketing*.

Altra caratteristica necessaria per uno spazio di partecipazione giovanile consiste nella capacità di far comprendere chiaramente il senso del progetto e le modalità con cui viene realizzato, affinché i giovani diventino consapevoli delle modalità di partecipazione. Pertanto è fondamentale riuscire a raccontare sia il progetto, sia come funzionano le strutture, e occorre curare costantemente l'immagine di Spazioper affinché sia il più possibile coincidente con la sua identità di «cantiere culturale giovanile», pena l'identificazione con esperienze di altro genere (ad esempio, centro sportivo, centro sociale, ecc.) e la perdita di parte del suo valore.

**Linguaggi vicini alla pubblicità.** Elementi quali cura delle cose, puntualità nelle aperture e nelle chiusure, manutenzione e corretto funzionamento delle strutture, ma anche il comportamento che i giovani di Spazioper tengono, i loro consumi, sono aspetti che formano la percezione di qualità o meno da parte delle persone. Si tratta di elementi rilevanti tanto quanto le iniziative di comunicazione curate periodicamente: uno spazio giovanile in una città rischia sempre di evocare la perdita di controllo sociale sui giovani, la droga, il «chissà cosa succede lì dentro...». È allora necessario, anche ai fini della sopravvivenza stessa del progetto, che ci sia un giusto equilibrio tra elementi visibili ed elementi non visibili di Spazioper.

Per quanto concerne lo stile di comunicazione adottato per rivolgersi ai giovani, occorre avere il coraggio di usare strategie diverse, attuali, non per seguire mode, ma per dare il segnale di saper abitare sempre meglio il tempo

presente. Per questa ragione si utilizzano un brand e segni distintivi ad hoc, basati sul logo individuato. La scelta di adottare un linguaggio più vicino a quello della pubblicità è consequenziale all'idea di rivolgersi a un target ampio di ragazzi, per quanto difficilmente coinvolgibile, consapevoli di un contesto in cui l'abitudine alla lettura così come il numero di vocaboli a disposizione degli adolescenti è in progressivo calo.

## La costruzione della koiné

Spazioper è *in primis* un progetto di politiche giovanili, ad ampio raggio: percorso di riqualificazione di spazi urbani, espressione delle culture giovanili ed espressione di imprenditoria giovanile. L'*ipotesi di fondo* è che scommettere sulle politiche giovanili possa dare frutti anche all'intera comunità. Le politiche giovanili, infatti, possono generare risorse a livello locale in quanto muovono energie, coinvolgono forze, passioni, entusiasmi, emozioni.

Inoltre questo progetto riesce ad aggregare giovani anche molto diversi tra loro: non è rivolto solo a coloro che rientrano nella categoria del disagio, bensì a tutti coloro che vogliono partecipare attivamente alla vita della città. A Spazioper è più facile aggregare perché è un luogo aperto molte ore al giorno, l'ambiente è informale e giovanile ed è bello e piacevole starci: si passa di lì, ci si ferma a bere qualcosa, intanto si scoprono le iniziative, magari si pensa a cosa piacerebbe ci fosse.

**La partecipazione come emotivo «sentirsi dentro».** Col passare degli anni notiamo come il mantenimento di un buon «clima», dove l'animatore garantisce anche una dimensione di svago e di piacere, è preconditione perché possano emergere potenzialità, idee e risorse da parte di chi partecipa. Pare infatti che per i giovani oggi il *concetto di partecipazione* si giochi su una doppia dimensione: quella del «prendere parte» e quella del «sentirsi parte», come se ci fosse un modo razionale legato al campo

del diritto-fondamento, ma ci fosse anche un più emotivo «sentirsi dentro» a processi, alla comunità, a varie forme di appartenenza <sup>(4)</sup>.

Questo secondo aspetto del «sentire comune» è determinante per i giovani, in quanto fonda e mantiene vivi i legami, le passioni, il piacere di incontrare le persone e forma quella che viene chiamata *koinè* <sup>(5)</sup>, cioè il senso di comunità condiviso, il capitale sociale. Pensare a Spazioper come a un catalizzatore necessario alla produzione di capitale sociale è certo un nuovo modo di intenderne la mission e il ruolo. Inoltre significa riconoscere che i percorsi e le iniziative giovanili nati qui rappresentano una produzione di *piccoli* (ma importanti) *beni pubblici*, cioè di beni relazionali, riconosciuti e riconoscibili dalla comunità, in cui le soggettività coinvolte si riconoscono.

**Come si costruisce partecipazione?** Il primo passo verso la costruzione di questi legami è l'*accoglienza incondizionata*: Spazioper è aperto a tutti, non ci sono limiti pregiudiziali. Chiunque ha la possibilità e quindi il potere di progettare e riprogettarsi all'interno del proprio percorso di vita. Anche se qui tali termini assumono un significato particolare: progettare non significa, in questo contesto, chiudersi in meditazione solitaria per generare nuove idee, ma vuol dire condividere. Condividere innanzitutto le proprie aspettative, poterle confrontare con altri per costruire insieme percorsi possibili, nella fatica della continua contrattazione e mediazione. Ed è proprio il percorso di contrattazione con gli altri a essere generativo, a produrre cambiamenti e novità.

Il secondo passo è la *promozione della partecipazione*. Nella nostra esperienza, perché questa possa essere efficace, devono essere garantiti livelli differenti di partecipazione: solo così è possibile estenderla a soggetti differenti per aspettative, desideri, storie e caratteristiche personali. Ecco, di seguito, i differenti livelli di partecipazione attivi a Spazioper:

□ quello dei giovani responsabili delle associazioni partner del progetto, che sono autonomi nel ritrovarsi e nell'organizzare iniziative;

□ quello del gruppo di adolescenti che, con l'aiuto e la supervisione dell'animatore, si occupa della programmazione mensile ed estiva;

□ quello dei giovani che scelgono di lavorare lì: baristi, fonici, stagisti e tirocinanti, volontari, animatore e coordinatore;

□ quello del pubblico che prende parte alle varie attività promosse dai giovani e usufruisce dei servizi offerti;

□ quello di giovani di altre organizzazioni che collaborano con Spazioper in occasione di eventi particolari;

□ quello degli avventori dell'Equobar, che vengono informati delle scelte relative ai prodotti e del loro significato.

A Spazioper si riescono a intercettare queste diverse modalità partecipative, proponendo qualcosa a ciascun *target*, in ultimo anche a quello di famiglie e genitori che qui si rivolgono portando preoccupazioni, ansie e difficoltà educative.

**Una partecipazione calata dentro la comunità locale.** Promuovere la partecipazione giovanile significa quindi garantire spazi di effettivo protagonismo all'interno della comunità, non in alternativa a essa. Spazioper non è solo un luogo in cui si fanno politiche per i giovani, ma anche un luogo in cui i giovani stessi fanno politiche giovanili.

Ripensando al nome del progetto – *Spazioper*, assegnato quasi per caso, a ridosso della scadenza dei termini di presentazione alla gara d'appalto – si scopre che grazie al lavoro animativo quel nome ora significa uno spazio abitato da persone con cui «si fa qualcosa e si pensa a cosa si è fatto», un nome che crea socialità, legami e alleanze. In primo luogo tra tribù giovanili diverse (musicisti, *skater*, *writer*, commercio equo, ecc.), che hanno qui una

<sup>(4)</sup> Croce M., Ottolini G., *L'orizzonte della comunità e la strategia del capitale sociale*, in Dalle Carbonare E., Ghittoni E., Rosson S. (a cura di), *Peer Educator. Istruzioni per l'uso*, FrancoAngeli, Milano 2004.

<sup>(5)</sup> Campagnoli G., *Là dove si rigenera la cittadinanza. Informazione e partecipazione: la nuova sfida degli Informagiovani*, in «Animazione Sociale», 5, 2005.

casa comune, ma non solo. Il nome *Spazioper* dà conto della voglia di aggregare per qualcosa e non contro qualcosa: non uno «spazioanzi», nel senso di spazio sottratto alle istituzioni, ma uno spazio che le richiama, le impegna con la propria visibilità.

## Il circolo virtuoso delle politiche giovanili

Spazioper è un progetto che sa generare risorse, nel senso che le risorse che impegna non rappresentano solamente una spesa a fondo perduto da parte dell'Amministrazione pubblica, ma sono anzi la leva in grado di generare altre risorse da investire nel progetto medesimo. Ma qual è il meccanismo economico che permette l'esistenza di Spazioper?

**L'effetto moltiplicatore nella comunità.** L'Amministrazione comunale, dopo aver pubblicato un bando per la ricerca di un partner con cui progettare e gestire un luogo per i giovani, si convenziona con l'organizzazione selezionata sulla base della migliore proposta. Successivamente, di comune accordo, si concertano i lavori di ristrutturazione, gli importi dei contributi, l'ottenimento di licenze e permessi amministrativi. Oltre all'investimento iniziale e ad altri fondi necessari per migliorare la struttura nel corso degli anni, il Comune eroga un contributo annuale utilizzato per la promozione e la retribuzione del lavoro animativo.

La spinta garantita da questo investimento permette lo sviluppo dei vari servizi e attività – l'Equobar (aperto da mattino a notte), le sale prove e lo studio di registrazione, i campi di calcio a 5 e i campi da tennis – che prevedono il pagamento di un prezzo da parte degli utenti e i cui utili sono reinvestiti nel progetto. Questo meccanismo è reso possibile da una struttura che offre più servizi, alcuni dei quali a pagamento. Altri servizi sono gratuiti – skate park, spazi per concerti, incontri, Dj set, jam musicali, teatro, cinema, video, ecc. –, ma l'ag-

gregazione che producono fa sì che si generi una redditività attraverso gli incassi dell'Equobar. Quindi un unico spazio che offre più servizi e che si connota come vero e proprio cantiere culturale giovanile calato nella comunità locale in quanto frequentato non solo da giovani, ma anche da adulti, anziani, famiglie e bambini, soprattutto durante il periodo estivo.

Questa formula consente a Spazioper di essere un intervento sociale in grado di generare risorse non solo grazie ai prezzi dei servizi offerti a pagamento, che permettono il sostegno alle persone che lì lavorano, ma anche perché questi spazi giovanili polarizzano energie, passioni e impegno. La partecipazione dei giovani a queste strutture si traduce in un «effetto moltiplicatore» nella comunità, effetto che si rivela particolarmente significativo perché si avvantaggia delle reti amicali di quei giovani che a Spazioper partecipano attivamente e quindi portano maggiori proventi all'Equobar. Ma non solo: l'impegno attivo di questi giovani significa sia un lavoro diretto (anche manuale, ad esempio per la costruzione dello skate park, in cui la manodopera è stata prestata dai suoi futuri utenti-gestori) sia la messa a disposizione del progetto di quei contatti personali che comportano spesso sconti su lavori e forniture, consulenze, coinvolgimento e passaparola positivo (grazie a un network locale che si costruisce con diversi attori).

**Dare visibilità alla mobilitazione di risorse.** Così, se questo impegno dovesse essere valutato economicamente, probabilmente si evidenzerebbe che l'investimento effettuato dall'Amministrazione pubblica viene ampiamente valorizzato in termini di risorse mobilitate a favore dei giovani. Ma perché tutto ciò possa accadere, è necessario dare visibilità, valutare e misurare questo «effetto leva», rendendo visibile presso l'Amministrazione locale l'esistenza di un «circolo virtuoso» delle politiche giovanili.

In un progetto come questo la responsabilità e le logiche di chi lo gestisce sono più complesse di quelle che entrano in gioco in

altri interventi sociali (ad esempio, in un Centro di aggregazione). Infatti non è sufficiente amministrare le risorse date, cercando di farlo nel modo più efficiente possibile, poiché, oltre a questo, non si può non tener conto delle logiche di impresa, in quanto l'Amministrazione pubblica garantisce solo una parte del sostegno economico, mentre il resto proviene dalle capacità di gestione.

Questo implica che le iniziative e le proposte non possano non tenere in considerazione le entrate del bar, con l'obiettivo che tutte si autofinanzino, consentendo di pagare il lavoro delle persone che sono occupate. In realtà, poiché alcune iniziative producono utili (ad esempio, concerti e visioni collettive di eventi calcistici), mentre altre sono in perdita (ad esempio, gli incontri culturali), l'obiettivo è che in un'ottica complessiva i conti pareggino.

Come già osservato, l'immagine di uno spazio giovanile è fondamentale per il successo economico dello spazio stesso. Oggi contribuisce senz'altro a questa, oltre a quanto già esplicitato, anche la qualità delle attrezzature tecniche presenti, la qualità delle riviste in visione (periodici di cinema, arte, musica, skate, viaggi, ecc.), il *book-crossing* (la rete di punti all'interno della città in cui le persone possono lasciare i loro libri e prendere quelli lasciati da altri).

**Se il barista è animatore.** Infine una nota va fatta per il personale dell'Equobar: sono le persone del primo contatto, molto più presenti dell'animatore, e agli occhi di molti rappresentano il progetto. È fondamentale fermarsi a ragionare con questi ragazzi e ragazze sul significato del loro lavoro, sulle rappresentazioni che gli altri hanno di loro, sulle scelte educative che devono rispettare e far rispettare: ad esempio, rispetto ai prodotti del commercio solidale, alla rinuncia a loghi e relativi vantaggi, al divieto di fumo, all'assenza di *videogame*.

Affinché il personale che lavora a Spazio per entri sempre più in questa dimensione, viene attivato un percorso formativo e di ac-

compagnamento professionale specifico sulla figura dell'animatore/barista. Il percorso, tenuto da formatori di Vedogiovane e da consulenti in materia di normativa sul lavoro, è centrato su cinque moduli, che evidenziano le abilità necessarie per il ruolo rivestito:

- capacità di osservazione del mondo giovanile;
- competenze di relazione individuale e di gruppo;
- figura commerciale del barista e suoi compiti imprescindibili;
- commercio equo e solidale, marketing e rapporto con il cliente;
- gestione efficiente di un bar in uno spazio giovanile integrato.

Il percorso formativo è seguito da uno di accompagnamento professionale, caratterizzato da un incontro mensile con tutto lo staff dell'Equobar.

---

## Le proteste del vicinato

---

Laddove viene esercitato il potere in direzione del cambiamento, spesso si sviluppa una reazione contraria più incline alla staticità, una «resistenza al cambiamento». In questo, Borgomanero non fa eccezione.

**Capire anche le ragioni degli intolleranti.** Trasformare un parco degradato e inutilizzabile in luogo di ritrovo e sperimentazione non per tutti è un'idea degna di lode. In fondo, prima non produceva suoni, era silenzioso, abbandonato, sporco e mal frequentato: un organismo morto che rappresentava il rimosso della città. Oggi è un organismo vivente che fa rumore e magari disturba. Eccolo allora diventare oggetto di una campagna serrata, da parte dei vicini disturbati dal via vai di persone, dal volume della musica e del cinema all'aperto. L'onda di questa protesta viene cavalcata da alcune forze politiche interessate a garantire la tranquillità, la *privacy* e la sicurezza dei vicini di casa di Spazio per.

La prima reazione sarebbe di arrivare immediatamente a dire che da una parte ci sono

i buoni, i generosi e gli accoglienti, dall'altra gli intolleranti. Ma questo non aiuterebbe a capire, mentre occorre aver voglia di comprendere anche le ragioni di chi osteggia il progetto. Probabilmente queste non possono essere comprese in pieno se non si introducono nel ragionamento delle macro-categorie, altrimenti non ci si riuscirebbe a spiegare come possa generarsi in alcuni un'avversione al progetto non giustificabile sulla base di eventuali disagi arrecati. Basterebbe, forse, ricordare quanta individualità e frammentazione alberghino nelle città, dove si assiste a un progressivo ritrarsi nel privato, mentre al pubblico, tutt'al più, resta la richiesta di servizi e di maggior sicurezza. Un pensiero-guida sembra essere che l'aggregazione sia «pericolosa» per se stessa evidentemente più di quanto lo fossero in passato le forme di microcriminalità presenti nel parco prima che Spazioper diventasse realtà. Se nei confronti di Spazioper alcune persone provano questo, è normale che si sentano non tutelate dall'Amministrazione comunale, vittime di una situazione da cui non si possono difendere.

**I mediatori sociali: anziani, mamme e bambini.** Anche la scelta degli strumenti di protesta che alcune di queste persone «disturbate» da Spazioper hanno utilizzato è significativa. Non il dialogo, la discussione, il confronto in un'assemblea pubblica (che pure è stata organizzata da chi gestisce il progetto proprio per trovare un punto in comune tra le esigenze dei giovani, del vicinato, delle istituzioni), ma il ricorso, solitario, all'azione legale.

Ma allora come può avvenire a livello sociale un cambiamento? Come si può pensare a Spazioper come a una situazione di vantaggio per tutti, anche in termini di sicurezza e tranquillità?

Occorrono sicuramente *nuovi mediatori sociali* per far cambiare le percezioni. Non le istituzioni o i media, ma due precise categorie sociali: anziani e mamme con bambini piccoli. Riuscire a intercettarli e costruire qualcosa per e con loro potrà costituire l'avvio, sorprendente, di un cambiamento nella comunità.

## Lavorare sui legami

L'esperienza pluriennale di Spazioper mette in evidenza come un progetto di politiche giovanili che voglia produrre risultati significativi sul territorio debba essere caratterizzato da due elementi basilari: alcuni spazi di libertà e una prospettiva di stabilità temporale.

Per *spazi di libertà* si intende la possibilità che il progetto, oltre che frutto di una progettazione partecipata, sia continuamente formulato e ripulmato dalla contrattazione tra tutti i soggetti che ne sono protagonisti.

Per *stabilità temporale* si intende la possibilità di un investimento prolungato nel tempo (in questo caso cinque anni). Promuovere il protagonismo dei giovani è un processo lento e va quotidianamente sperimentato in uno spazio accogliente e in un clima relazionale «caldo» che favoriscano nei giovani la percezione di avere a disposizione luoghi dove poter trasformare le proprie idee in progetti concreti.

La spinta a costruire/gestire/abitare spazi di politiche giovanili si genera a partire da due intuizioni: che nessun luogo resiste all'abbandono, come testimoniano molti esempi nelle nostre città; che ogni zona degradata (o periferica) può ridiventare «centro del mondo», a patto di lavorare sui legami tra persone, tra generazioni, tra la gente e il suo territorio, tra passato, presente e futuro di una collettività.

Rileggendo l'esperienza di Spazioper ci rendiamo conto di quanto sia animata da questa scommessa. Il futuro di una città dipende da chi la abita. Dipende da noi se questa sarà sempre più un «luogo» umanamente denso o un «non luogo» freddo e grigio.

*Giovanni Campagnoli - responsabile coop. soc. Vedogiovane - e-mail: gcampagnoli@vedogiovane.it*

*Manuel Cerutti - responsabile progetto Spazioper.*

*Marco Martinetti - responsabile area politiche giovanili di Vedogiovane.*

*Gabriella Contu - operatrice di Vedogiovane.*

*Recapito: Vedogiovane - via dei Frassini 16 - 28021 Borgomanero (No) - [www.vedogiovane.it](http://www.vedogiovane.it)*