

Ripensare i bisogni, ricostruire legami: *per la partecipazione e la politica*

Francesca Forno
Università di Trento
francesca.forno@unitn.it



Alcuni dati di partenza



Partecipazione politica “invisibile” (2003–2024)

Calo generale di informazione e discussione politica.

Gap di genere in riduzione:

- 2003: uomini 66,7% vs donne 48,2%
- 2024: uomini 54,1% (-12,6), donne 42,5% (-5,7) → differenza da 18,5 a 11,6 pp.

Differenze generazionali e sociali

Giovani poco coinvolti:

- 14–17 anni: 16,3% si informa settimanalmente; 60,2% mai.
- 18–24 anni: 34,6% settimanalmente; 35,4% mai.

Titolo di studio:

- Laureati che non si informano mai: 11,3%
- Diplomati: 24,4%
- Licenza media o meno: 41,2%

¹ Cfr. Di Giorgio e Piostra, 1999; Dattin, 1998; Norris, 1999.

² Partecipazione politica di Giovanna Sarti, Encyclopédie des sciences sociales (1997).

³ Su questi temi si veda il Libro bianco della Commissione di esperti per indagare le cause dell'assessorialismo (Lamargue, 2022).

Informazione, motivazioni e uso dei media

Canali di informazione

Televisione: principale, ma in calo (94% → 84,7%).

Quotidiani: dimezzati (50,3% → 25,4%).

Internet: oltre 60% tra gli adulti < 44 anni.

Complessivamente:

- TV e radio 89,5%
- Quotidiani (carta + online) 41,7%
- Fonti informali > 33%
- Social network 20%
- Riviste 12,4%

Motivazioni della non-informazione (15 mln di cittadini)

• **Disinteresse:** 63% (soprattutto donne).

• **Sfiducia:** 22,8%.

• **Mancanza di tempo:** 8,1% uomini, 6,5% donne.

• **Famiglie disimpegnate:**

- 17,6% famiglie in cui nessuno si informa/parla di politica.

Partecipazione “visibile” e digitale

Comizi e cortei: forte calo (2003 → 2024).

- Cortei: uomini 8,2% → 3,1%; donne 5,6% → 3,4%.

Opinioni online: oltre 10,5 mln (1 su 4 utenti Internet, in crescita dal 2014).

Consultazioni/petizioni online: 11,2% utenti Internet.

Social & informazione:

- Chi esprime opinioni online si informa regolarmente nel 54,9% dei casi.
- Ma 2,5 mln usano i social senza mai informarsi di politica (24,1%).

Che cosa è successo

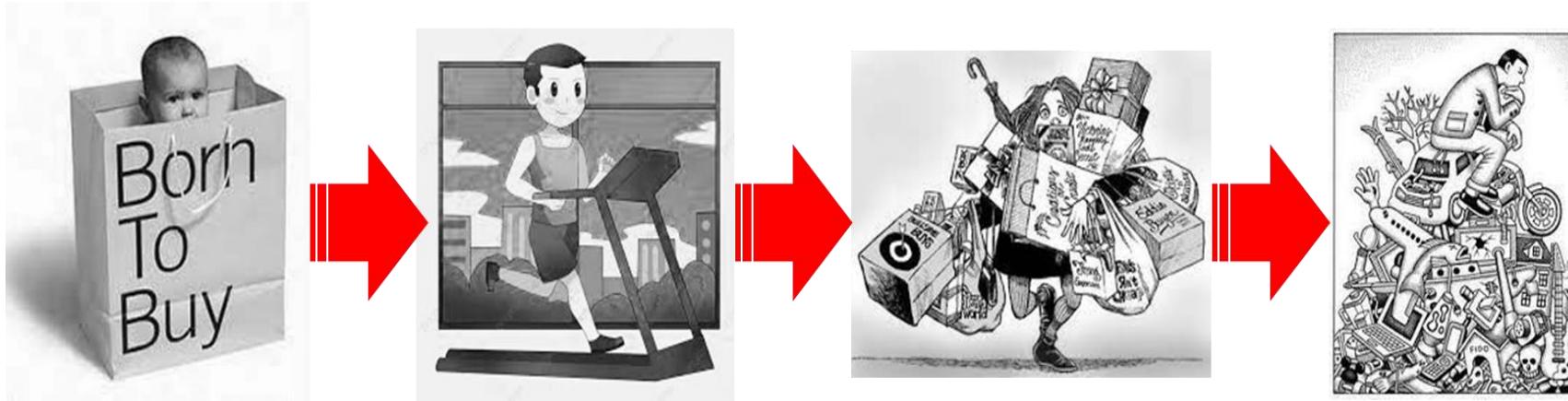
- Gli ultimi decenni sono stati segnati dalla crisi delle **grandi narrazioni collettive** e dalle **tradizionali forme di aggregazione**.
- La specificità della storia italiana è particolarmente interessante in quanto al tempo della «**democrazia dei partiti**» le tradizionali organizzazioni partitiche di massa organizzavano anche gli ambiti della vita associativa e ricreativa, in questo modo assicurando la (ri)produzione identitaria che sosteneva la partecipazione attiva.
- Con la crisi della cosiddetta «Prima Repubblica» vengono però a perdersi (repentinamente) sia gli obbiettivi collettivi che gli **«spazi per l'azione collettiva»**.
- In parte causa e in parte effetto di questi cambiamenti, **mentre le organizzazioni si professionalizzano, i bisogni delle persone tendono a diventare sempre più individualizzati**.

Dalle identità collettive alle identità soggettive

- Denaro e consumo aumentano il loro ruolo nel conferimento dell'identità
- Questa situazione porta ad una crescita economica principalmente alimentata da «**bisogni artificiali**», sostenuta dalla cosiddetta «**cultura dello scarto**»
- Per molti, è proprio questo tipo di «crescita» **ad essere alla base dell'attuale policrisi**. Una crescita che è andata a scapito dell'ambiente e delle relazioni.



Mercificazione e «estrattivismo» nella trappola della «crescita difensiva»



Nati per comprare (Juliet Schor 2005), tendiamo a correre con la sensazione di non raggiungere mai l'obiettivo.

Il peggioramento dei problemi ecologici, economici e sociali tende spesso ad essere rimosso.

La rassegnazione attuale è spesso spiegata dall'assenza di un **processo realistico per superare «le crisi»** che rende molto difficile agire collettivamente.

Una questione di «valori»

- Individualismo
- Competizione
- Crescita economica
- Accelerazione del tempo
- Specializzazione



- Altruismo
- Collaborazione
- Buona vita
- Qualità del tempo
- Comprensione ampia e articolata



Le «crisi» attuali sono il prodotto di una società che **ha perso il senso di quello che fa**:

«Ci siamo ritrovati in un mare di sofferenze e non ricordiamo più che il motivo per cui abbiamo fatto tanti sforzi per uscire dalla povertà era costruire vite migliori. Chiediamo alle persone di essere fatte per l'economia e abbiamo dimenticato che lo scopo era costruire una economia che fosse fatta per le persone» (Stefano Bartolini, *Ecologia della felicità*, p.26)

Desideri e bisogni artificiali

«Desideri: cambiano da una società all'altra, da una persona all'altra e nelle diverse fasi della vita. Sono desideri soggettivi, non sono cruciali per perseguire la buona vita»
(Sahakian, 2021)

«Gli esseri umani hanno bisogno di vestiti per proteggersi dal freddo, ma questa necessità **non deve essere confusa con l'esigenza di indossare abiti per evitare il tabù sociale contro la nudità o il desiderio di abiti che sono associati a determinati gruppi sociali e status»** (Kamenetzky, Max-Neef, 1992)

Razmig Keucheyan

I bisogni artificiali

Come uscire dal consumismo



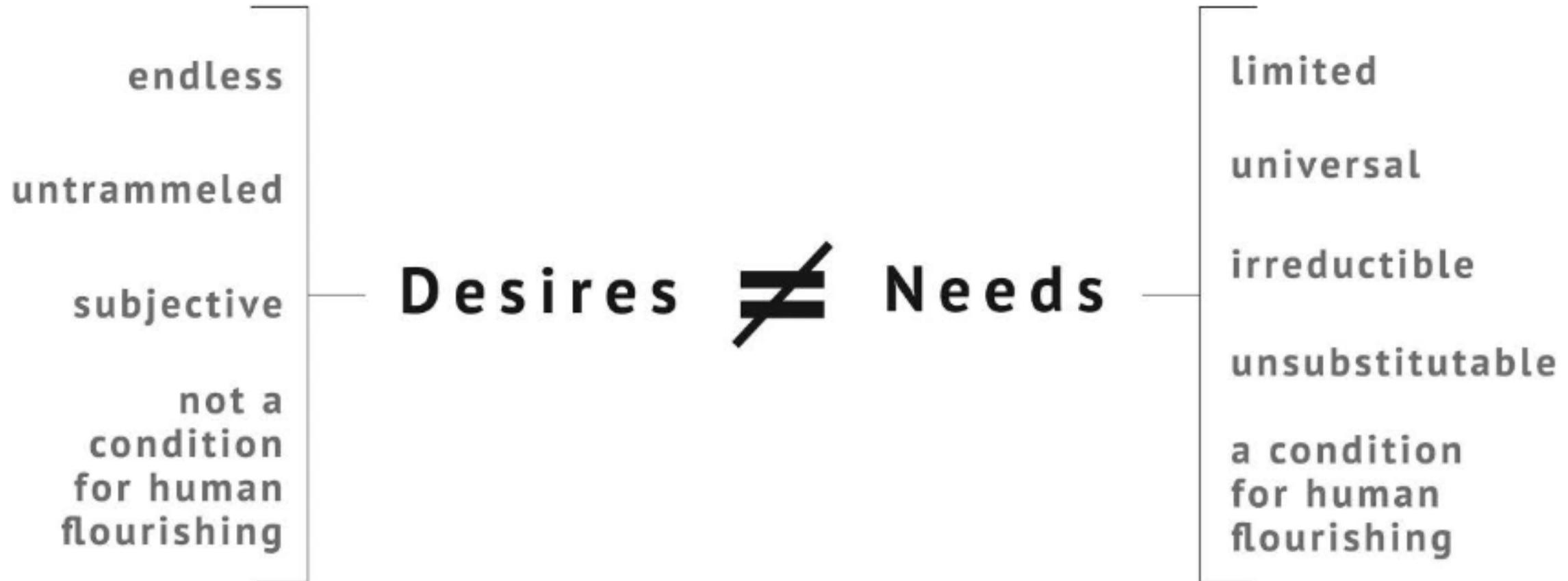


Figure 2.2 Desires are different from needs.

Fonte: Fuchs et al., 2021

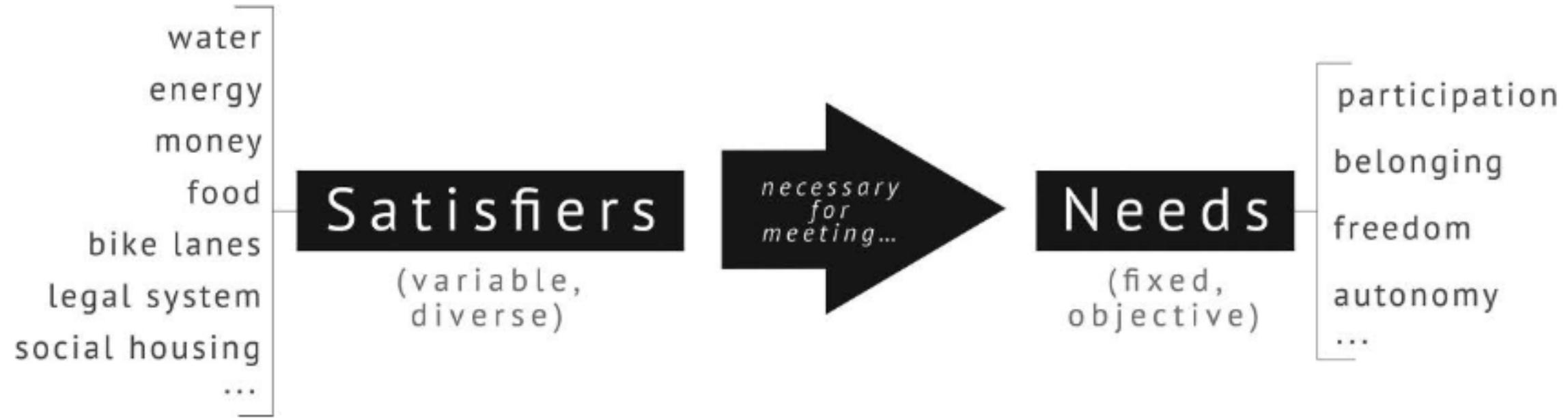
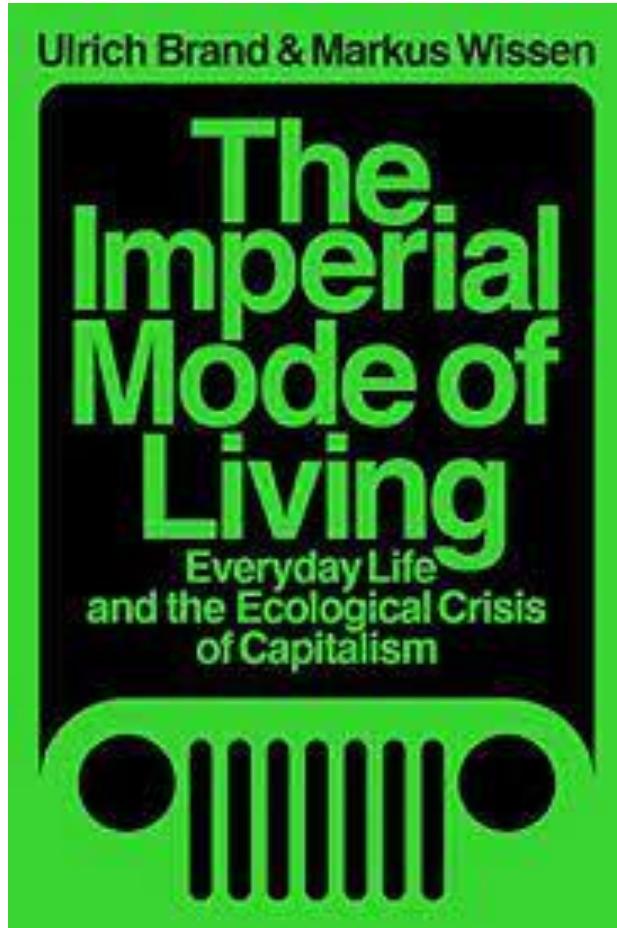


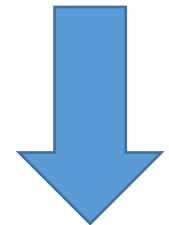
Figure 2.3 Satisfiers as distinct from needs.

Fonte: Fuchs et al., 2021

Uno stile di vita imperiale



- Fast food
- Fast travel
- Fast fashion



Emissioni
importate e
emissione
esportate



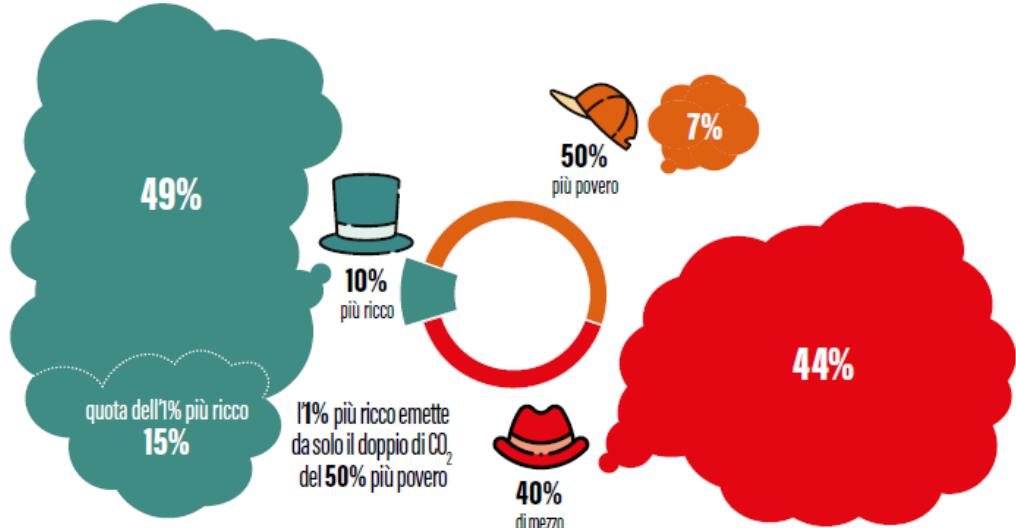
Impronta ecologica* e disuguaglianze

Mentre si è ridotta la distanza economica tra il cittadino medio del nord del mondo e quello medio del sud del mondo, cresce la distanza tra ricchi e poveri all'interno del nord del mondo.

Al mondo l'1% più ricco è responsabile da solo del 15% delle emissioni. Il 50% più povero del 7%

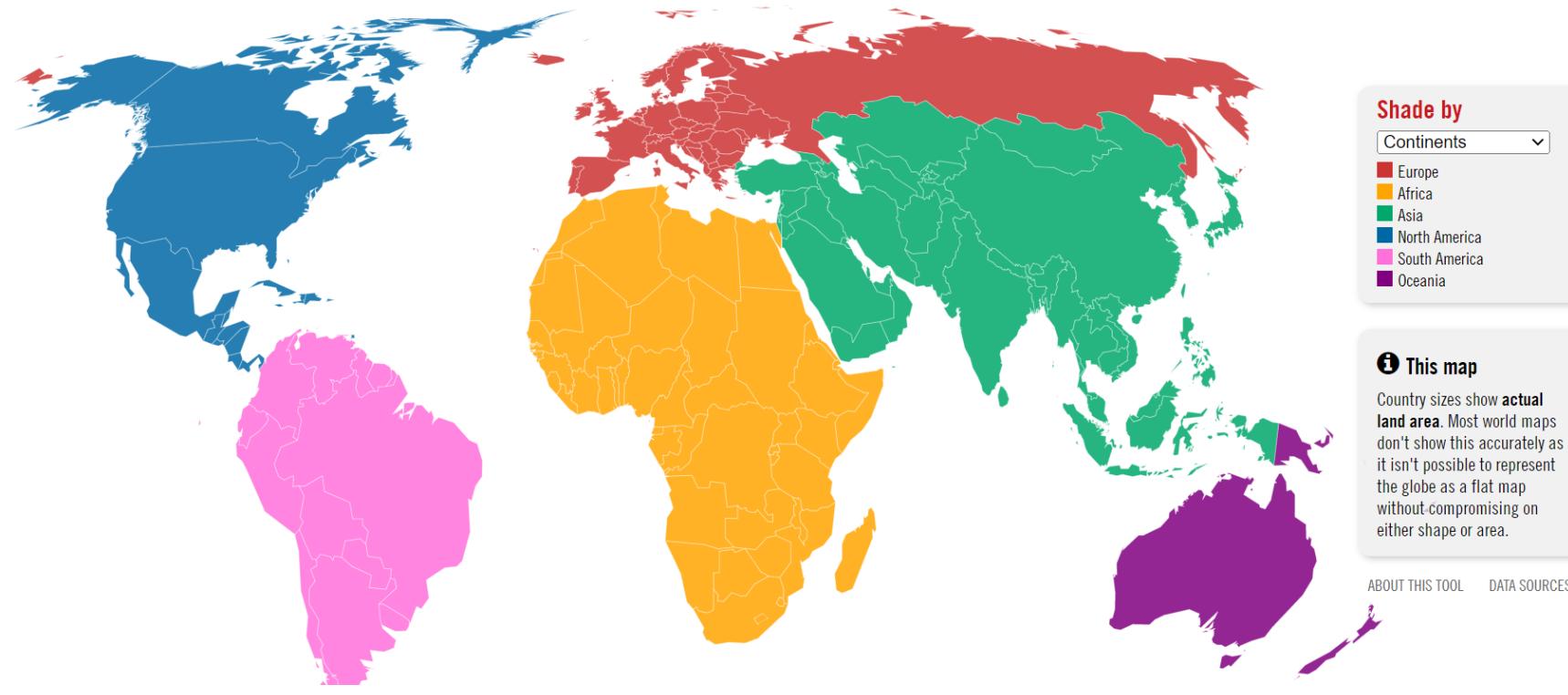
* Permette di confrontare gli effetti del nostro consumo con le risorse disponibili sulla terra.

Emissioni di carbonio per classi di reddito (mondo)



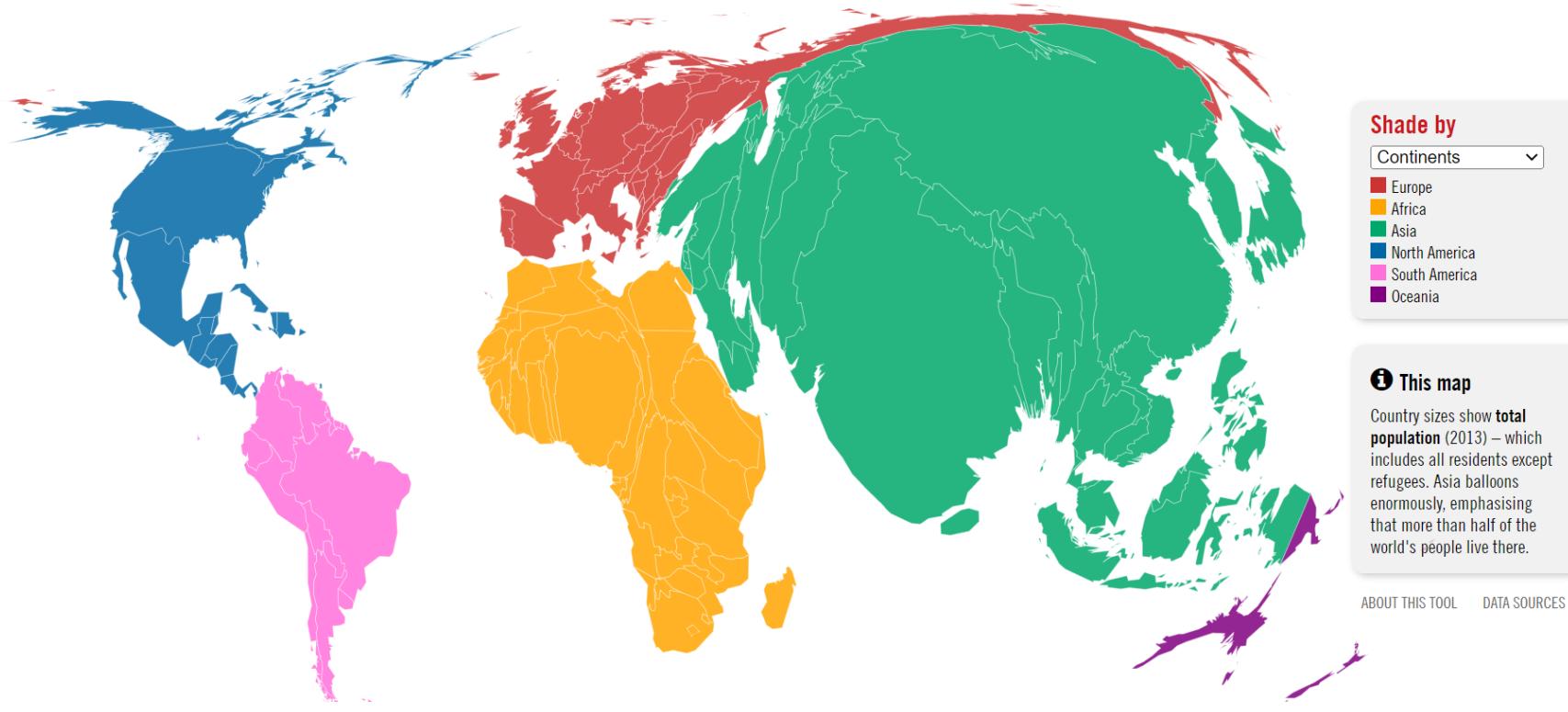
Fonte: UN Emissions Gap Report 2020

Fonte: Centro Nuovo Mondello di Sviluppo, 2021, "Problemi ambientali, soluzioni sociali", 2021: Centro Nuovo Mondello di Sviluppo <http://www.cnms.it/index.php>



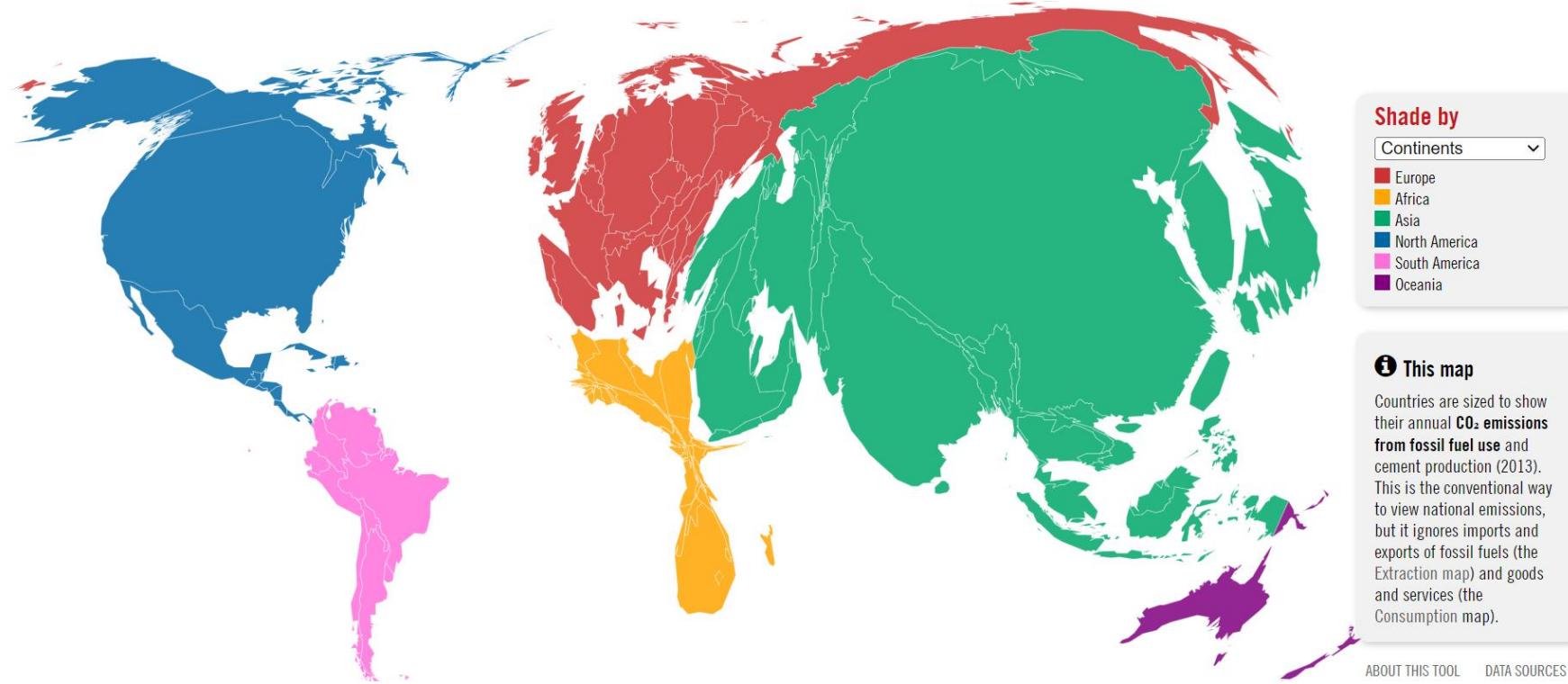
Le mappe dinamiche per descrivere l'attuale situazione globale di inquinamento, consumo, dei rischi climatici, ricchezza...

- <https://www.carbonmap.org>



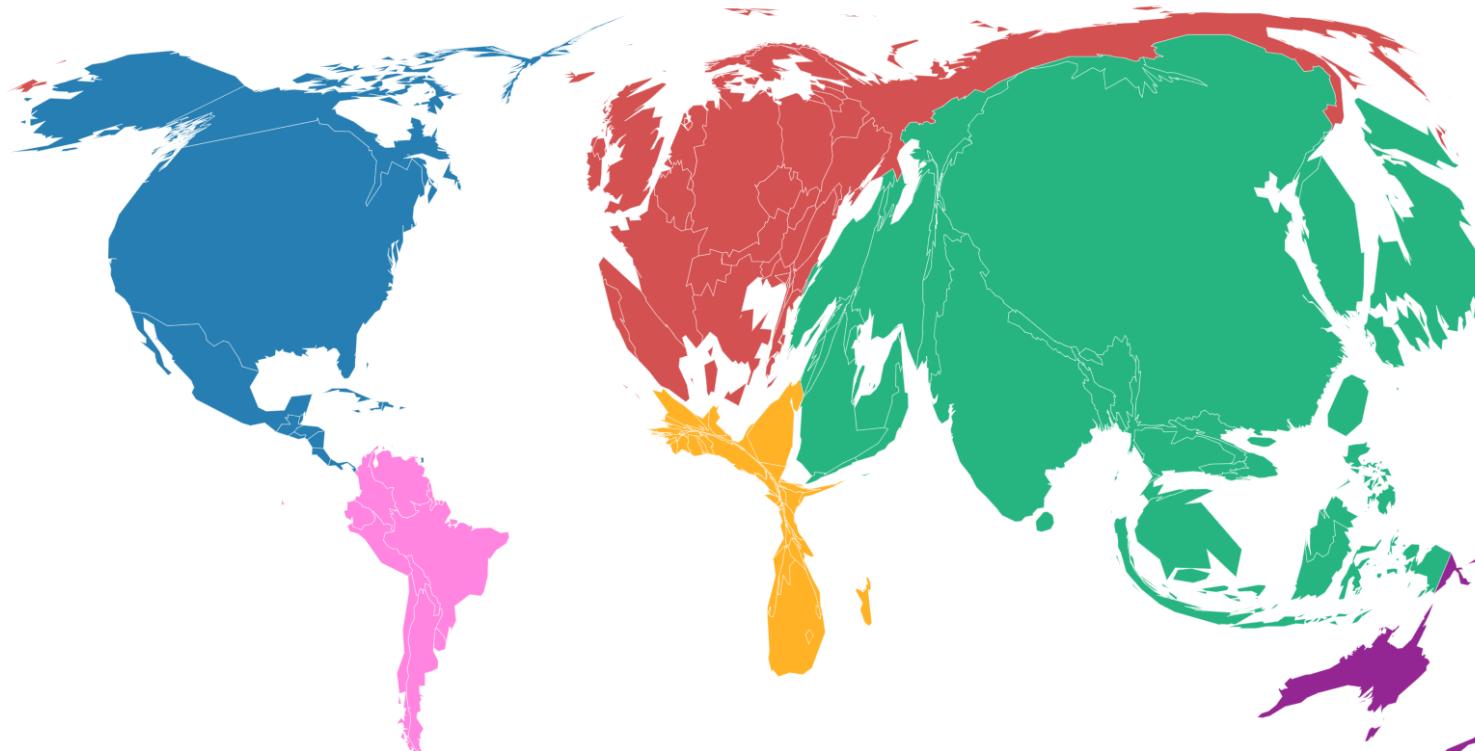
Popolazione

- <https://www.carbonmap.org>



Emissioni

- <https://www.carbonmap.org>



Shade by

Continents

- Europe
- Africa
- Asia
- North America
- South America
- Oceania

i This map

Country sizes show the **carbon footprint of all goods and services consumed** in a nation (2012), including imports and excluding exports. Compared to the Emissions map, major exporters such as China shrink, while net importers such as the UK grow.

[ABOUT THIS TOOL](#) [DATA SOURCES](#)

Consumo

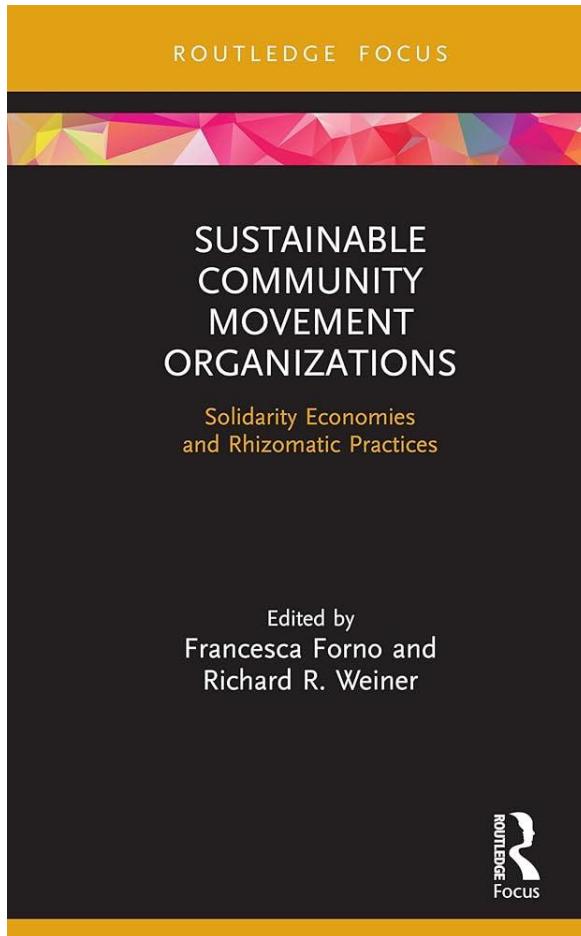
- <https://www.carbonmap.org>

Come si esce dalla «trappola della crescita difensiva»

«Cambiare il mondo implica la costruzione di una relazione dialettica tra la denuncia della situazione disumanizzante e l'annuncio del suo superamento, in fin dei conti il nostro sogno»
(Paulo Freire, Pedagogia dell'autonomia, p.67).



Partecipare per cosa? I movimenti prefigurativi



I movimenti prefigurativi sono quei movimenti sociali che cercano di costruire già nel presente forme di vita, organizzazione e relazioni sociali coerenti con la società futura che vorrebbero realizzare.

In altre parole, “prefigurano” la società che vogliono vedere, spesso praticando democrazia diretta, autogestione, economia solidale o ecologia integrale.



Caratteristiche comuni ai movimenti prefigurativi

- critica verso il **«consumismo»** che viene ritenuto corresponsabile dei danni ambientali e dell'ingiustizia sociale → promozione di stili di vita sostenibili.
- critica verso la **produzione industriale di massa** → valorizzazione delle produzioni artigianali, naturali e fatte nel rispetto delle persone e dell'ambiente.
- Contrasto **dell'individualismo** → attenzione alla «*cura*» delle relazioni tra le persone e tra le persone e l'ambiente.
- Critica verso ogni forma di **localismo «difensivo»** → proposta di innovative forme di gestione delle risorse, ad esempio con l'obiettivo di (ri)territorializzare gli scambi ponendo al centro dell'azione la giustizia sociale e ambientale.

Livelli di azione

- **Livello culturale** → creano nuovi immaginari (nuove rappresentazioni di “ben-essere”).
- **Livello economico** → facilitano la costruzione di reti economiche per la sostenibilità, finalizzate alla riacquisizione della propria autonomia nella vita quotidiana.
- **Livello politico** → favoriscono la costruzione di forme di regolazione volontaria per la tutela del lavoro e dell’ambiente anche in (sempre più spesso) collaborazione con le istituzioni locali

Ritorno al futuro?

- **Collaborazione e orizzontalità**

Leadership condivisa, basata sul dialogo e la comunicazione, anziché sulla centralizzazione del potere.

- **Mutualismo**

Creazione di reti di solidarietà tra persone e con l'ambiente, valorizzando diversità e interdipendenza.

- **Partecipazione come «palestra di democrazia»**

Spazi di apprendimento collettivo dove si sperimentano concretamente i valori di una società ecologica e solidale.



ASSOCIAZIONI
CRISTIANE
LAVORATORI
ITALIANI
aps



**Le mani che costruiscono,
proteggono, partecipano...
La democrazia nasce da qui.**

#INS2025

FIRENZE 25-26-27 SETTEMBRE 2025

Grazie per
l'attenzione