
Community

Ogni volume della collana "sAu Community"
è espressione di uno specifico
Comitato Tecnico Scientifico

MEDIAZIONE COME BENE COMUNE

per una giustizia attiva, partecipata, umana

Comitato Tecnico Scientifico
Dott.ssa Elena Codoni
Dott.ssa Viola Davini
Prof.ssa Alessandra De Luca
Dott. Emanuele De Napoli
Dott.ssa Bianca Di Carlo
Dott.ssa Ilaria Forestieri
Dott.ssa Ida Erica Fuggetta
Dott.ssa Marta Guarducci
Prof.ssa Paola Lucarelli
Dott.ssa Alessia Pelagatti
Dott. Nicola Rumine
Dott.ssa Annalisa Signorelli
Dott.ssa Monica Testi
Dott. Lorenzo Tomassini
Prof. Luca Toschi

sAu Centro Ricerche per la Comunicazione Generativa dal 1991
scientia Atque usus

In redazione
Viola Davini
Marta Guarducci
Eugenio Pandolfini
Marco Sbardella

Direzione Scientifica di Collana
Luca Toschi

PAOLA LUCARELLI
E LUCA TOSCHI
(A CURA DI)

MEDIAZIONE COME BENE COMUNE

per una giustizia attiva, partecipata, umana

Pacini Editore 150
scientia Atque usus
Centro Ricerche per la Comunicazione Generativa dal 1991

La pubblicazione è frutto di un contributo del Dipartimento di Scienze giuridiche dell'Università degli Studi di Firenze.

Mediazione come bene comune
per una giustizia attiva, partecipata, umana
a cura di Paola Lucarelli e Luca Toschi

© Copyright 2025 by Pacini Editore Srl

ISBN 979-12-5486-639-9

Realizzazione editoriale
Pacini Editore
150 anni nell'editoria di qualità
Via A. Gherardesca
56121 Ospedaletto (Pisa)

Rapporti con l'Università
Lisa Lorusso

Responsabile di redazione
Silvia Frassi

Fotolito e Stampa
IGP Industrie Grafiche Pacini

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Indice

Le autrici e gli autori **XIII**
Premessa **XVII**
di Irene Stolzi

Parte I
Radici della mediazione. Persona e conflitto **1**

Capitolo 1. Orizzontalità del diritto e senso della mediazione **3**
di Tommaso Greco
1.1. Il ruolo dei giuristi e il problema della cultura giuridica 3
1.2. Diritto e conflitto 4
1.3. Visione verticale e visione orizzontale del diritto 6
1.4. Dal diritto-sanzione al diritto-relazione 7
1.5. Consenso, compromesso e riconoscimento 8
1.6. Antropologie a confronto: dal negativo al positivo 11
1.7. Bibliografia 14

Capitolo 2. Mediazione e Costituzione **15**
di Andrea Simoncini ed Elia Cremona
2.1. Leggere la Costituzione 15
2.2. Quale mediazione 16
2.3. La giustizia nella giurisdizione: la mediazione come mezzo 17
2.4. La giustizia oltre la giurisdizione: la mediazione come fine nel sistema dei valori costituzionali 22
2.5. Conclusioni 25
2.6. Note 26
2.7. Bibliografia 29

Capitolo 3. Potere, diritto e interessi nella gestione della conflittualità **33**
di Giovanni Cosi
Premessa 33

3.1. Tre strategie 33
3.2. La dinamica tra le strategie 36
3.3. La percezione soggettiva del conflitto 40
3.4. Il conflitto: un fenomeno patologico? 46
3.5. Alla base del conflitto 51
3.6. Note 56
3.7. Bibliografia 59

Capitolo 4. Per una sociologia della mediazione: regolazione, attaccamento sociale, professionalizzazione 61
di Annalisa Tonarelli
Premessa 61
4.1. Per un approccio sociologico alla mediazione 63
4.2. La mediazione come forma di regolazione sociale: livelli e modelli 67
4.3. Mediazione e attaccamento: la controversa importanza dei legami sociali 70
4.4. Tre diverse visioni in merito allo strumento della mediazione 75
4.5. Bibliografia 78

Capitolo 5. Neuroscienze e mediazione del conflitto: azioni, emozioni e loro riconoscimento 79
di Stefano Rozzi
5.1. L'organizzazione del sistema motorio 79
5.2. Codifica degli scopi motori e dell'intenzione 81
5.3. Il meccanismo dei neuroni specchio 83
5.4. Il sistema specchio e la comprensione delle intenzioni motorie 84
5.5. Dall'azione all'intenzione: il ruolo del contesto e delle regole astratte 85
5.6. Espressione e lettura delle emozioni 87
5.7. Neuroscienze e mediazione del conflitto 88
5.8. Bibliografia 89

Capitolo 6. La Mediazione, la fatica a comunicarsi e Utopia che già c'è 91
di Luca Toschi
Premessa a mo' di sintesi 91

6.1. Il conflitto nascosto 95
6.2. *Insula Utopia novum continentem generare potest* 97
6.3. Comunicare la Mediazione 102
6.4. Bellum omnium contra omnes? Divide et impera! 105
6.5. Attacco alla Rete e digitalizzazione della realtà 108
6.6. Un'operazione di egemonia culturale formidabile 111
6.7. La malattia e la cura 115
6.8. Note 118
6.9. Bibliografia 119

Parte II
Cultura giuridica della mediazione 121

Capitolo 7. Evoluzione della cultura della soluzione stragiudiziale dei conflitti: la dimensione comparata ed europea 123
di Alessandra De Luca
7.1. Dominion v Fox News. A mo' di introduzione 123
7.2. Le tappe principali delle politiche dell'Unione Europea in materia di mediazione e ADR 126
7.3. Alcune significative esperienze nazionali 132
7.4. Note 142
7.5. Bibliografia 146
7.6. Sitografia 148

Capitolo 8. Mediazione e forma telematica 151
di Elena Zucconi Galli Fonseca
8.1. Una questione di metodo 151
8.2. L'avvio della mediazione 153
8.3. Il primo incontro 155
8.4. I c.d. verbali interlocutori 156
8.5. Il verbale di chiusura negativa 159
8.6. Il verbale di chiusura positivo e l'annesso accordo 161
8.7. Tornando alla questione di metodo 163
8.8. Note 164
8.9. Bibliografia 167
8.10. Sitografia 169

Capitolo 9. L'avvocato alla sfida della domanda di mediazione: Giano bifronte tra giustizia consensuale e giurisdizionale **171**
di Silvana Dalla Bontà
9.1. La preparazione della domanda di mediazione: la centralità del colloquio avvocato-persona assistita 171
9.2. La domanda di mediazione nella disciplina del Decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28, e successive modifiche 172
9.3. La funzione ancipite della domanda di mediazione 173
9.4. Il rapporto tra domanda di mediazione, esito negativo del tavolo di mediazione e processo: l'ondivaga posizione della giurisprudenza 178
9.5. La sfida dell'avvocato: alla ricerca di un sapiente equilibrio nella cura della confezione della domanda di mediazione 183
9.6. Note 184
9.7. Bibliografia 189
9.8. Sitografia 191

Capitolo 10. Il verbale di conciliazione. Forme e tecniche redazionali del verbale e dell'accordo **193**
di Francesca Cuomo Ulloa
Premessa 193
10.1. Il verbale della mediazione 194
10.2. Forma ed efficacia del verbale 196
10.3. Il verbale di primo incontro 197
10.4. La proposta 199
10.5. L'accordo allegato al verbale e la sua efficacia 200
10.6. La trascrizione dell'accordo 201
10.7. L'accordo di conciliazione in materia di usucapione 204
10.8. Note 205
10.9. Bibliografia 207
10.10. Sitografia 208

Capitolo 11. Giustizia consensuale e comunità di pratica: l'occasione della mediazione demandata dal giudice **209**
di Paola Lucarelli
Premessa 209

11.1. Le scelte del legislatore della riforma verso la mediazione presa sul serio 211
11.2. Mediazione demandata dal giudice: il problema degli indici di mediabilità 214
11.3. Dal progetto Nausicaa a Con-Senso 218
11.4. Gli impulsi contrari alla giustizia consensuale, parliamone 223
11.5. Note
11.6. Bibliografia 228
11.7. Sitografia 230

Parte III
Professione mediatore: dal conflitto al consenso 231

Capitolo 12. Lo statuto epistemologico della formazione alla mediazione. Luci (non molte) e ombre (non poche) nella formazione 233
di Maria Martello
Prologo 233
12.1. Dalla qualità alla quantità 234
12.2. Esiti dell'indottrinamento 236
12.3. Oltre lo strato raggiungere il substrato 237
12.4. L'importanza della formazione interiore iniziale e permanente 239
12.5. Formare i formatori 240
12.6. Il senso della formazione secondo un modello non standardizzato 241
12.7. Il gruppo dei corsisti 243
12.8. Formazione come specchio della vita 244
12.9. Il carattere degli incontri di formazione 245
12.10. Commissione di studio permanente 246
12.11. Giustizia riparativa e giustizia consensuale 249
12.12. Uno sguardo alle realtà attuali 250
12.13. Diffondere la cultura della mediazione 252
12.14. Note 252
12.15. Diffondere la cultura della mediazione 252
12.16. Bibliografia 254
12.17. Sitografia 255

Capitolo 13. Comprendere il conflitto, ricostruire la relazione: il contributo della psicologia nella mediazione come processo trasformativo **257**
di Barbara Giangrasso
13.1. Sistemi relazionali e nascita del conflitto 257
13.2. Interessi e posizioni nella mediazione 262
13.3. Conclusione 268
13.4. Bibliografia 269

Capitolo 14. Comunicazione e persuasione **271**
di Silvia Moretti
Premessa 271
14.1. I cinque assiomi della comunicazione 272
14.2. Cervello e comunicazione persuasiva 274
14.3. Parafrasi ristrutturanti 277
14.4. Comunicazione paraverbale e non verbale 279
14.5. Conclusione 281
14.6. Note 281
14.7. Bibliografia 282

Capitolo 15. La dinamica dell'Umorismo nella relazione conflittuale **285**
di Yoga Patti
15.1. Introduzione 285
15.2. La dinamica cognitiva dell'Umorismo 287
15.3. L'Ascolto Esplor-Attivo 289
15.4. Autoconsapevolezza Emozionale 291
15.5. Dalla Percezione della forma, alla percezione della relazione 293
15.6. Paul Watzlawick e i due Ordini di Realtà 295
15.7. Note 297
15.8. Bibliografia 298
15.9. Sitografia 299

Capitolo 16. Introduzione al procedimento e alle tecniche di mediazione attraverso un'analisi per fasi **301**
di Laura Ristori
16.1. Socialità e conflittualità: la necessità di conciliare gli opposti 301
16.2. Mediazione e coercizione: non si può prescindere dal contesto 304
16.3. Il lavoro del mediatore 305
16.4. Note 310
16.5. Bibliografia 310

Capitolo 17
Come mediare? **311**
di Maurizio Di Rocco
17.1. Chi è il mediatore? 311
17.2. Come mediare? 313
17.3. Tra aspirazione e realtà 318
17.4. Note 319
17.5. Bibliografia 321
17.6. Sitografia 321

Capitolo 18. Mediazione scolastica: la rivoluzione del conflitto per le nuove generazioni **323**
di Emanuele De Napoli e Alessia Pelagatti
18.1. La mediazione tra le ADR come strumento di giustizia di prossimità 323
18.2. L'ambiente scolastico come luogo di relazioni e conflitti 324
18.3. La mediazione alla pari e la mediazione scolastica: la via della consapevolezza tra esperienze nazionali ed internazionali 326
18.4. La mediazione scolastica come strumento di comunità: un esempio virtuoso 327
18.5. Il valore della mediazione alla pari 330
18.6. Note 332
18.7. Bibliografia 334

Capitolo 6

La Mediazione, la fatica a comunicarsi e Utopia che già c'è

di Luca Toschi

Premessa a mo' di sintesi

Quando mi si chiede quale sia la caratteristica che distingue la Comunicazione Generativa, su cui ho iniziato a lavorare molti anni fa[1], dalla Comunicazione normalmente concepita mi trovo sempre in difficoltà. Perché spesso chi domanda si aspetta una risposta che riguarda una correzione di tiro rispetto all'attuale modo di comunicare, aggiustamenti strategici o tattici che magari tengano conto dell'utilizzo di nuove tecnologie dagli effetti magici. E questo anche in considerazione della prossimità linguistica dell'aggettivo *Generativa* rispetto alla dilagante IA. Insomma mi chiedono qualcosa che dia alla Comunicazione quell'efficacia che sembra mancarle sempre più, in tutti i settori.

La Comunicazione, infatti, escludendo quelle realtà che dispongono di una forza economica e politica eccezionali, fuori dal comune, continua a pretendere investimenti importanti, ma i ritorni risultano deboli o di respiro troppo corto, per cui tende a richiedere risorse finanziarie sempre maggiori. Una spirale viziosa per chi non può sostenere questa dinamica al rialzo, per certi aspetti simile a una sorta di *addiction*.

In questa situazione di criticità diffusa, di crescente emergenza, per cui nella Società della Comunicazione il problema sembra essere proprio la Comunicazione, è facile immaginare la difficoltà che si incontra nel cercare di spiegare che la Comunicazione così com'è comunemente intesa e praticata non è la sola possibile, e che la soluzione non consiste nell'imparare a usarla al meglio.

La questione si arricchisce di ulteriore complessità quando mi trovo ad affermare che questa Comunicazione che funziona male, che va corretta, in realtà funziona incredibilmente bene per la classe economicamente – e sempre più anche culturalmente – egemone, per la quale è vantaggiosa quanto non lo è per la stragrande maggioranza di quei ceti che la subiscono, e si illudono di riuscire, prima o poi, a utilizzarla per i propri interessi. Dove *utilizzarla* significa dare una centralità agli strumenti, mettendo in subordine il valore dei contenuti, la vera risorsa che contraddistingue la diversità dei soggetti attivi nei processi di Comunicazione.

Questa, cioè, è una Comunicazione che è concepita e sviluppata per dare più forza al forte, e indebolire ancor più chi si trova in condizioni di inferiorità: su tutti i piani. Da qui nasce la necessità di abbandonare questa Comunicazione che alimenta e prospera grazie a crescenti disuguaglianze, per cercare di sviluppare un'altra Comunicazione, totalmente diversa, quella che il mio gruppo di lavoro indica come Generativa e che tante organizzazioni stanno sempre più sperimentando. Per estrema sintesi si potrebbe dire che la vecchia Comunicazione è funzionale a potenziare chi è già potente, mettendo la classe egemone nella condizione di *estrarre* risorse da coloro con cui comunica (le grammatiche dei social network sono paradigmatiche in questo senso); la Comunicazione Generativa, viceversa, mira a creare una comunità di interessi, aperta e per vocazione in continua crescita, il cui scopo consiste nel *generare* un bene comune, le cui risorse vadano a rafforzare tutti i soggetti, individuali e collettivi, che concorrono a realizzarlo. Due Comunicazioni, quindi, che rispondono a scopi radicalmente diversi, in guerra da sempre. Ma oggi la guerra, con le grandi trasformazioni storiche che sono avvenute, ha raggiunto dimensioni planetarie mai vissute prima, e quale delle due riuscirà ad affermarsi condizionerà la storia dell'intero genere umano.

In gioco c'è il valore stesso della complessità che per la classe egemone rappresenta la nuvola che provvidenzialmente riesce a nascondere gli Dei dell'Olimpo ai poveri mortali, presentata come una confusione non sostenibile che richiede poteri sempre più forti, magari sostenuti da un'Intelligenza sempre più Artificiale. Mentre la complessità potrebbe

essere per quegli stessi poveri mortali una risorsa immensa, frutto di millenni di storia.

Nel contesto di questo volume, cercando di approfondire il rapporto fra Comunicazione e Mediazione, si cercherà di affrontare questa relazione in maniera dettagliata ma, prima di entrare nel merito, vorrei precisare da subito, seppure in estrema sintesi, la prospettiva da cui si cercherà di presentare il tratto maggiormente distintivo della Comunicazione che indichiamo qui come Generativa e i profondi collegamenti che ha con la Mediazione.

Se la Comunicazione sempre e comunque è lo strumento essenziale per ogni costruzione sociale, modellandone tutti gli aspetti, privati e pubblici, individuali e collettivi, materiali e immateriali, un elemento fondamentale della Comunicazione Generativa è quello di riuscire a offrire a tutti i soggetti coinvolti nel suo processo, che è sempre progettuale-fattuale, la possibilità di acquisire valore, un valore maggiore e diverso da quello che avevano all'inizio. Ma non solo: questo processo generativo ha la caratteristica essenziale di coinvolgere nella sua azione portatori d'interesse che vanno ad aggiungersi a quelli da cui è partita l'idea e che hanno avviato la progettazione-realizzazione. Nuovi e spesso inediti, cioè inusuali, stakeholder che nemmeno immaginavano di poter trarre vantaggio da quel progetto di Comunicazione, esattamente come gli stakeholder abituali, routinari non avevano pensato che quei compagni di viaggio inusitati fossero una valida risorsa.

La Comunicazione Generativa genera risorse, generando comunità di portatori d'interesse sempre più vaste.

Ogni atto comunicativo è sempre un atto che nasce dal desiderio di agire sulla realtà. Si comunica per poter essere più efficaci, per poter ottenere il meglio, per favorire un proprio *interesse*. È sempre un interesse che ci spinge a comunicare. Dal latino *inter* e *esse*, *interesse* indica ciò che sta nel mezzo, il medium che rende la Comunicazione fra soggetti possibile.

Uno scenario questo della Comunicazione Generativa che vede costituirsi attorno alla realizzazione oggettuale di un progetto – questa concretezza è basilare per il processo generativo – una comunità d'interesse che, proprio grazie alla varietà di identità, ruoli, compiti, conoscenze, competenze e abilità, riesce a esprimere – come una grande orchestra – un bene

comune, il cui valore è direttamente proporzionale all'aumento di valore dei soggetti che danno vita a quella comunità. In altre parole: tanto maggiore è il valore del bene comune costruito insieme, tanto maggiore sarà il valore ottenuto da coloro che l'hanno costruito. Il che rimanda a una questione ancora più essenziale: definire quale sia l'interesse da perseguire dipende dai valori che animano ogni essere umano, e dagli strumenti che si è dato per realizzarli.

Quindi esiste una trama imprescindibile che lega i valori che muovono il pensiero, i sentimenti, i desideri, le aspettative e, naturalmente, le azioni di tutti noi, al valore che diamo a quanto cerchiamo di ottenere. A quanto abbiamo ottenuto. Ed è qui che va cercata la differenza fra la vecchia Comunicazione e la Comunicazione Generativa.

Dal momento che la Comunicazione è essenzialmente costruzione di comunità, i valori che ispirano e indirizzano idealmente e concretamente i portatori di interesse impegnati a dare vita a comunità, se sono radicalmente diversi tra loro necessitano di Comunicazioni antagonistiche e conflittuali, in quanto mirano a stabilire equilibri di potere antagonistici e conflittuali.

Avremo, allora:

- da una parte una Comunicazione (Generativa) che, per scopi e strumenti, mira a rendere più forti gli interessi dei vari soggetti (individuali e collettivi, necessariamente in continua crescita) accomunati, in modo tale che ogni soggetto, cooperando a realizzare l'interesse generale, tragga vantaggi altrimenti non perseguibili;
- dall'altra la solita Comunicazione (quella che continua a dominare, e che gruppi egemoni sostengono a qualsiasi costo), la quale definisce rapporti di forza tali che alcuni soggetti (una élite) possano trarre vantaggi a danno di altri.

La prima genera valore per tutti, un valore che singolarmente non avrebbero mai raggiunto; la seconda crea le condizioni perché il valore sia a vantaggio solo di alcuni (sempre meno) e a svantaggio di altri (in numero sempre maggiore negli ultimi decenni).

L'errore che continua a essere fatto, quindi, consiste nel dividere lo scopo dal tipo di Comunicazione utilizzata per perseguirlo, e scaturisce

dall'idea che i mezzi siano uno strumento neutrale: l'effetto che ne otteniamo, appunto, dipenderebbe dall'uso che se ne fa. Ogni Comunicazione, viceversa, è espressione di un'idea *politica* – cioè di costruzione sociale, culturale ed economica – di comunità, e decidere quale Comunicazione utilizzare è essenziale: perché, lo si voglia o non, il paradigma comunicativo che sceglieremo ci porterà a costruire una società basata su dei valori e non su altri.

Continuare a usare la Comunicazione, come intesa oggi a livello di sistema, per diffondere un virus letale per i più, conveniente per pochissimi, è una scelta di valori preliminare. Perché si può progettare il futuro con la spada o con la penna, ma non sarà lo stesso futuro. Il giovanissimo Rainer Maria Rilke *docet*.

6.1. Il conflitto nascosto

Essendo stato invitato a collaborare a questo volume come esperto e, seppure modesto, ricercatore del vasto e assai complesso mondo della comunicazione, avrei potuto riassumere i punti fondamentali emersi in questi ultimi anni circa le tecniche più apprezzate nel variegato mondo della Mediazione. Ovviamente sotto l'aspetto comunicativo.

Come negare che affidare la soluzione di conflitti a professionisti della Mediazione è la soluzione migliore, o almeno un tentativo che merita sempre di essere fatto? Rispetto al giudizio ordinario la Mediazione è più rapida, economica, permette di raggiungere soluzioni personalizzate e collaborative, di salvaguardare le future relazioni tra le parti in conflitto, garantisce riservatezza, riduce enormemente lo stress. I costi sono più contenuti. Del resto il clima che una buona tecnica della Mediazione mette in campo è sempre e comunque costruttivo. E la comunicazione vi svolge un ruolo importante.

Sì, però, come ho anticipato nel paragrafo precedente, che fa da filo rosso alle note che qui propongo: non c'è LA comunicazione, ci sono LE comunicazioni. Ancora più chiaramente: quella che noi chiamiamo comunicazione non è la sola comunicazione possibile.

Ma attenzione, usando il plurale, *le comunicazioni*, non intendo fare riferimento all'indiscutibile valore della complessità, rappresentato da

prospettive, identità, culture e modi di vita meravigliosamente diversi all'interno della società in cui viviamo; fonti potenziali di grande benessere e di forte progresso seppure, purtroppo, assai poco valorizzate, a cominciare dal punto di vista comunicativo. Né voglio riferirmi all'importanza della svariatezza e dell'eterogeneità della realtà, così compressa e violentata dalla cultura di oggi perché difficilmente controllabile. Né alle infinite forme che la comunicazione può assumere.

Con *le comunicazioni* voglio, viceversa, indicare l'esistenza di un conflitto taciuto, nascosto, censurato, diventato durissimo negli ultimi decenni (anche se le sue origini coincidono con il salto evolutivo rappresentato dalla nascita del linguaggio), tra *due concezioni della comunicazione alternative*, l'una contro l'altra armate, che rappresentano, pur con tutte le variabili che ognuna delle due riassume nel suo paradigma, interessi e poteri in guerra tra loro.

Una è causa prima della crisi che stiamo attraversando. Ben strutturata e, a livello mondiale, è potente al punto da essere divenuta egemonica. L'altra, invece, è resistente, nel senso che si oppone al paradigma dominante della comunicazione, cercando di proporne uno totalmente nuovo. Il fatto è che la sua azione è ancora frammentaria, disorganica, sostenuta da soggetti che spesso faticano a riconoscere un impegno comune che vada oltre la loro esperienza, più attenti a evidenziare la propria diversità, piuttosto che a sottolineare le somiglianze con i bisogni, le attività di tanti altri soggetti. Rinunciando, così, a creare le condizioni perché tutti insieme possano generare un sistema strutturato alternativo, capace di opporsi alla comunicazione trasmissiva che opera secondo logiche gerarchiche, emulative, sempre più meccanicistiche.

La cultura della Mediazione stragiudiziale può essere un faro per queste modalità comunicative divergenti che, pur presenti in quasi tutti gli ambiti della società, faticano a riconoscere e a legittimare l'appartenenza a una cultura comune.

In questo scenario, non stupisce che la letteratura sulla Mediazione, variamente declinata, sia molto ricca, e vada da riflessioni di tipo teorico (se non teoretico) a proposte molto operative, orientate al *know how*. La Mediazione, non c'è dubbio, sta attirando sempre più attenzione (anche in seguito a recenti interventi legislativi), mostrando di essere, nono-

stante le difficoltà che incontra, in forte espansione. Risponde, davanti ai problemi che tutti conoscono della Giustizia, al bisogno di trovare delle soluzioni nuove, innovative, mentre il suo essere in controtendenza rispetto alla cultura e alle comuni pratiche della specializzazione, il suo essere dichiaratamente quanto fortemente orientata alla multidisciplinarietà e alla transdisciplinarietà soddisfano la crescente consapevolezza di dover andare oltre i consueti recinti autoreferenziali in cui ci troviamo ingabbiati. E non solo: interessa, e non potrebbe essere diversamente, il fatto che rappresenti un'attività che tende a favorire la collaborazione tra figure (professionali e non) che la vecchia comunicazione tende a tenere ingessate in ruoli scarsamente comunicanti e collaborativi. La Mediazione fa riferimento a una comunicazione nuova che mira a spezzare il muro divisorio tra il mondo della *scientia*, delle conoscenze e competenze altamente professionali, e quello dell'*usus*, del mondo cioè al cui servizio dovrebbe essere la *scientia*, un mondo da interpretarsi non più, secondo la vecchia comunicazione meccanicistico-trasmissiva, come un contenitore da riempire con saperi, conoscenze di alto profilo. Perché se l'*usus* ha bisogno di un sostegno continuo da parte della *scientia*, non è meno vero il contrario. La comunicazione tra i due mondi deve mirare a creare un nuovo patto, che può generare effetti benefici incredibili a tutta la nostra vita, ma va realizzato in un'ottica di rigorosa distinzione-valorizzazione dei ruoli e delle relative autonomie d'azione, delle conoscenze e delle competenze dei soggetti coinvolti.

6.2. Insula Utopia novum continentem generare potest

Comunicare, quindi, il valore delle attività di Mediazione stragiudiziale sta a significare fare delle sue visioni e delle sue pratiche un punto di riferimento importante per sostenere quel cambiamento sociale di cui si avverte un bisogno vitale, una comunicazione che avrebbe senz'altro un effetto benefico anche sull'efficacia dell'esercizio professionale della Mediazione stessa.

Questo è un punto che ritengo essenziale per bene inquadrare il fondamentale rapporto tra Comunicazione e Mediazione. Nel senso che la Mediazione è senz'altro un potente mezzo per risolvere conflitti, ma

è anche molto di più: rappresenta un fine, uno scopo, un'Utopia[2], che quanto più non solo la cerchi, ma fattivamente riesci a realizzarla anche in minima parte, tanto più ti mette in condizione di scoprire risorse prima invisibili e scenari più evoluti, inimmaginabili. E se anche immaginati, ritenuti impossibili. Prefigurando così, accanto alle inevitabili correzioni di tiro, nuovi obiettivi sempre più avanzati, tra i quali risulta urgente ridefinire il concetto di possibilità, e cioè il rapporto tra le facoltà che il genere umano ha di cambiare la realtà e la capacità di farlo, entrambe, come ricorderemo tra poco, volutamente sottostimate.

Descritta da Thomas More nel suo *Libellus vere aureus, nec minus salutaris quam festivus de optimo rei publicae statu*, pubblicato nel 1516, riprendendo un tema ampiamente ricorrente dai tempi dei Greci (la *Repubblica* di Platone, un testo forte di questa tradizione), la *nova insula Utopia*, che arriva fino ai nostri giorni in forme anche diversissime, rappresenta il non (οὐ) luogo (τόπος) che oggi è necessario tornare a progettare e soprattutto a cercare di realizzare, perché si generi quel rapporto virtuoso tra progettazione e sperimentazione. I luoghi che stiamo vivendo, al di là delle loro connaturate, vergognose spesso, disuguaglianze, con le relative sperequazioni, sono il frutto proprio di quel realismo meccanicistico che tende a imporre l'ottimizzazione dell'esistente, con le sue ben strutturate e funzionali disparità, ostacolando ogni tentativo che cerchi di migliorarlo in maniera sistemica.

Il genere umano ha bisogno di rendere sostenibili i vecchi territori ma nella direzione di costruirne di nuovi.

Per questo Utopia appare, più che mai, non un territorio immaginario in cui rifugiarsi per consolarsi di una realtà insostenibile o che non si vuole accettare, ma una realtà in fase di forte costruzione, già molto concreta. Perché le cose lì realizzate, anche se non corrispondono a quanto progettato – e devono essere progettate accuratamente, altrimenti sarebbe un pericolosissimo navigare a vista -, proprio perché possono non coincidere con il disegno originario, si rivelano generose di idee e di strumenti per concretizzare futuri ritenuti altrimenti, dal dominante senso comune, impossibili. Futuri che avranno, e nel presente ormai hanno, la caratteristica di essere in perenne divenire, una trasformazione inarrestabile per

progettare la quale è urgente elaborare e sperimentare un'idea nuova di continuità.

Già, un altro nodo da sciogliere è proprio quello di cosa si debba intendere per continuità. La quale sarà da ricercare non più nella conservazione dell'esistente, magari, nel migliore dei casi, cercando di ottimizzarlo, bensì, rinunciando al mito della rassicurante predittività, nello scegliere di andare in direzione di una costante valutazione, interpretazione di come si viene sviluppando la relazione tra i valori, cui facciamo riferimento, e le relative effettualità che quei valori producono.

È urgente iniziare a rafforzare la costruzione di Utopia, riuscire a comprendere come Utopia sia tra noi, come già siano molti i soggetti, diversi tra loro, a cercare di divergere dall'attuale sistema di valori e di pratiche, a tentare di far vivere ciò che le convinzioni più diffuse ritengono non conveniente, anzi quasi dannoso da immaginare. Uno sforzo questo tanto necessario quanto difficilissimo nel clima attuale, possibile solo se si ritrova quella *speranza* (Marc Bloch) che individua il valore ontologico della condizione umana in quel *non ancora* che è, sì conoscenza dell'opacità del presente, ma per rifiutarlo come condizione inevitabile, riuscendo a vedere il futuro come progettualità concretamente in essere già da ora: un esistente cui possiamo appoggiarci per procedere sicuri nella sua realizzazione. In questo, dando alla storia non un valore nostalgico, ma il valore di conoscenza di un percorso fatto, prezioso e imprescindibile, per cercare e trovare risorse vitali, al fine di continuare a progettare l'improbabile, a realizzare l'impossibile. Non abbiamo bisogno, in questo caso, di predizioni, magari tecnologicamente certificate dall'IA, la cui comunicazione ha molto a che fare con quella strategia, cara ai poteri forti, delle profezie che si autoavverano. Si ha necessità, viceversa, di *inventare* (nel senso etimologico del termine che rimanda al latino *invenire*, e cioè *cercare, scoprire*), di trovare nel presente le risorse per il futuro che vogliamo. C'è bisogno, cioè, sì di immaginare, ma in un modo che, partendo saldamente dalla conoscenza della realtà fattuale, ci aiuti a *prevedere* il futuro in funzione progettuale. Un *vedere prima* che sostenga una progettualità non in fuga dall'esistente, bensì desiderosa di immergervisi, di fare analisi accurate, di conoscerlo nelle pieghe più nascoste per creare un reale fattualmente *altro*.

È la speranza che riscatta e anima il coraggio dell'impresa che ha scritto la storia del genere umano, un coraggio che scaturisce dalla precisa consapevolezza dei rischi che ogni impresa comporta, dalla convinzione che solo correndo, lucidamente, quei rischi, si potrà cercare di attuare quei valori che danno senso alle attività umane. Scegliere di pensare, vedere, progettare come la realtà dovrebbe essere, mentre siamo impegnati a realizzarla, o almeno mentre tentiamo di avvicinarvisi il più possibile, significa non fuggire dalla fattualità, ma cercarla per comprendere lucidamente la grammatica sociale, economica, politica che la governa al fine di cambiarla.

È la forza che viene dalla prospettiva di un *non ancora* che, non intendendo evocare un destino già scritto, un *umbra futurorum* (Erich Auerbach), ci permette, al contrario, di comprendere se e quanto le grammatiche che regolano la nostra vita, applicandole ai nostri testi quotidiani, alle nostre attività quotidiane, rispecchino i nostri valori. Di verificare quanto questi ultimi possano storicamente inverarsi, materializzarsi tramite i principi, le regole, i pensieri e le azioni materiali che segnano l'attuale nostro modo di essere. Un non ancora che, se applicato davvero, ci permette di scoprire con meraviglia che la solitudine, l'isolamento che sentiamo altro non è che frutto di una propaganda sistematica e ottimamente organizzata.

Nella *nova insula Utopia* non si è mai soli. Dobbiamo cercare una comunicazione che riveli e rafforzi e strutturi il popolo di Utopia.

L'esercizio della Mediazione si colloca a pieno titolo in questa prospettiva.

Perché è molto di più della sola Mediazione come comunemente intesa. È inevitabilmente anche un atto di educazione culturale, di ricerca-azione che rifugge dall'applicazione meccanica di norme e regole. In questo senso, si potrebbe dire che rappresenta il cuore profondo del Diritto, non delegabile a meccanismi di automazione, digitale o umana, più o meno *intelligenti*. Perché quel cuore profondo sta a significare come l'interpretazione della norma applicata a fatti specifici segni il ruolo attivo che il sistema dell'ordinamento giuridico svolge nella progettazione dell'intera società futura.

Ma perché questo risulti chiaro, la Mediazione ha bisogno di una buona comunicazione che, proprio mentre risponde all'urgenza di dirimere un conflitto specifico, renda patrimonio comune il suo immenso potere generativo: l'autorevolezza, infatti, dell'area in cui opera, e gli effetti concreti che può creare in tutti gli ambiti sociali, ne possono fare un punto di riferimento imprescindibile per avviare una nuova fase storica.

Facendo il lavoro che faccio, mi dicono che è sempre una questione di comunicazione. Rare le volte che si affronti il problema del rapporto tra un qualsiasi *output* progettuale (*deliverable*), con relativo *outcome*, e il tipo di comunicazione di cui per lo più ci si avvale (si potrebbe dire, tra i contenuti e lo strumento). Perché quello che continua a non essere chiaro è che non c'è un solo modo di intendere e praticare la comunicazione. Ce n'è un altro radicalmente opposto, quello che in premessa abbiamo definito Comunicazione Generativa. E la scelta tra i due modi comporta una ricaduta profonda su quanto si vuole comunicare, perché la comunicazione non va vista come la fase conclusiva del processo produttivo (sia il *deliverable* tangibile o intangibile), ma è la forza portante, qualificante e condizionante dell'intero processo creativo e produttivo, fino a innervare la fruizione, l'impiego e quindi relativo feedback di ciò che si è realizzato. Insomma, la differenza tra i due modi di concepire e praticare la comunicazione è determinata dai valori che la muovono, accompagnati dalla definizione dei relativi principi, scopi e obiettivi – l'uso degli strumenti e, soprattutto, la natura degli stessi. E questa differenza incide enormemente sul progetto sociale che si vuole realizzare.

È qui che diventa centrale il collegamento tra la Mediazione, e più in generale il Diritto, e la nuova Comunicazione Generativa, la quale, manifestandosi nei contesti, nelle forme più diverse, sta cercando di smarcarsi dalla comunicazione malata di oggi nello sforzo di evitare i problemi che quest'ultima sta provocando ovunque. Ed è per questo che la logica con cui la Mediazione tenta di risolvere conflitti va considerata (parola questa che viene da *sidera*, in latino: astri, epoche) oltre la pur importante azione mirata a riparare, sanare i contrasti in essere tra due o più soggetti, come uno strumento per costruire comunità di interessi che fanno riferimento a valori divergenti da quelli che oggi dominano l'attività economica, politica e culturale.

Per questo se si parla di Mediazione è difficile ignorare che è mossa da – e sostiene fattivamente – una concezione della Comunicazione in fortissima sintonia con il modello generativo, al punto che, nel contesto in cui sto scrivendo queste note, si può affermare che entrambe operano per costruire la stessa *nova insula Utopia*.

6.3. Comunicare la Mediazione

Così stando le cose, è vero che avrei potuto intitolare questo mio contributo *La Comunicazione Generativa PER la Mediazione*, oppure titoli simili limitandomi a sottolineare il contributo che la Comunicazione Generativa, così come l'abbiamo sviluppata in oltre trent'anni di ricerca e di sperimentazione negli ambiti più diversi, può dare alle attività di Mediazione in ambito giuridico, segnando i vari elementi che le rispettive metodologie hanno effettivamente in comune e che una più stretta collaborazione potrà rafforzare e affinare: superamento del modello trasmissivo, generazione di valore nuovo, coinvolgimento attivo dei soggetti coinvolti, centralità del mediatore-comunicatore, creazione di accordi duraturi, personalizzazione, apertura a nuovi *stakeholder*, trasformazione dei conflitti in risorse etc.

Il titolo che ho scelto, invece, vuole sì mettere in rilievo questa convergenza tra la Mediazione e la Comunicazione Generativa, cercando però, seppure in maniera assai sommaria, visto il contesto in cui scrivo, di collocarla nello scenario comunicativo in cui esse operano, contraddistinto storicamente da una crescente quanto radicale trasformazione socio-culturale ed economico-politica.

Questa contestualizzazione pare necessaria per evidenziare che sia la Mediazione, sia la Comunicazione Generativa confliggono totalmente, proponendosi come un'alternativa radicale quanto possibile, con il paradigma comunicativo che ha sostenuto l'affermarsi del profondo cambiamento storico, iniziato almeno dagli anni Settanta. Una battaglia che hanno in comune, peraltro non solitaria, perché vi partecipano soggetti attivi in ambiti dissimili, che però condividono comportamenti comunicativi, che qui proponiamo di definire *generativi*, decisamente conflittuali con il sistema comunicativo ancora saldamente egemone.

Lo scenario attuale, fortemente omologante e standardizzante, è riuscito a farsi ritenere, dal senso comune[3], così stabile e vincente da essere considerato una sorta di condizione naturale, rispetto alla quale non si può che cercare, accettandolo in nome di un sano realismo, di relazionarsi nel modo più individualmente – leggi economicamente – favorevole. Qualsiasi tentativo che intenda pensare la realtà e operare sulla realtà in senso contrario ai suoi schemi interpretativi e concretamente fattivi è giudicato inevitabilmente perdente.

La Comunicazione Generativa e la Mediazione cercano di proporre non solo altre visioni, interpretazioni possibili della realtà, ma offrono spazi operativi concreti basati sulla sperimentazione di ciò che continua a essere considerato quasi impossibile, certo improbabile, sicuramente antieconomico. Non riserve indiane per buoni sentimenti o utopie consolatorie, ma una *terra di mezzo* in cui interagiscono il presente-passato e il presente-futuro, dove, mentre si opera nel presente e con il presente, si sperimenta quotidianamente, concretamente, un futuro diverso e per tanti aspetti antagonistico. Insomma potremmo dire che questa *terra di mezzo* si configura come un territorio *E/O*, in fase di costruzione, segnato da una continuità per la discontinuità. Oppure, per usare una parola cara alla Comunicazione Generativa, come un *Atque* – ci chiamiamo Centro Ricerche "scientia *Atque* usus" per la Comunicazione Generativa, ed è per noi importantissimo che nel nostro nome la congiunzione sia maiuscola -, con cui si vuol significare *insieme* ma in modo che ogni diversità, comunicando con le altre, possa generare un bene comune da cui tutti traggono vantaggio.

Questa *terra di mezzo* deve fiduciosamente e lucidamente porsi come *medium*, materiale e immateriale, tra queste due forze impegnate in un conflitto che ormai ha dichiaratamente l'aspetto di una guerra:

- il presente-passato, chiaramente incapace di superare il vecchio modello di *estrazione delle risorse* per creare un modello fino a oggi inedito di *generazione delle risorse*. Un presente-passato la cui comunicazione lo rende sempre più incapace di riconoscere le incredibili risorse che siamo riusciti a costruire con secoli di storia;
- il presente-futuro, visto come il futuro-in essere, che cerca di costruire un mondo profondamente diverso dal passato. Purtroppo debole

nell'acquisire consapevolezza di essere l'unica soluzione possibile a questa crisi di sistema e, quindi, nel comunicarlo, nel renderlo patrimonio comune.

In questo quadro generale diventa strategicamente fondamentale che il mondo della Mediazione superi la difficoltà che incontra nel comunicarsi, iniziando con il prendere piena coscienza della propria forza innovativa nel favorire processi generativi forti e vasti.

E questo in due direzioni: quella relativa alla funzione che la Mediazione esercita nell'ambito del Diritto; quella che riguarda il valore paradigmatico della sua metodologia che ha tutte le caratteristiche di affiancare e sostenere un'innovazione radicale dell'attuale sistema.

Quanto questa proposta d'innovazione sia radicale lo si coglie anche solo scorrendo i principi fondamentali su cui si basa: la fiducia, la collaborazione, il rispetto reciproco, il ricorso all'empatia, all'intelligenza emotiva, all'ascolto attivo, all'individuazione e creazione di ambienti sicuri e facilitatori di apertura e buona disposizione, il dialogo costruttivo, a cominciare dalla crescita personale dei soggetti coinvolti. E mi fermo qui, perché l'elenco potrebbe continuare e arricchirsi di fattori non meno strategici (si pensi soltanto all'approccio *win-win*), tutti caratterizzanti la cultura e le pratiche della Mediazione, principi di cui si avverte un gran bisogno in qualsiasi attività umana. Tutti, non a caso, essenziali per dare vita a quella Comunicazione Generativa che manca al nostro vivere sociale. Principi evidentemente conflittuali con questa cultura dominante del *mors tua vita mea*, dove la competizione giustifica il *bellum omnium contra omnes*.

Da quanto rilevato fin qui, mi pare chiaro quanto sia urgente che la Mediazione comunichi, renda comune, forte della propria autorevolezza, il contributo che sta dando per costruire le basi di un nuovo patto comunicativo tra tutte le componenti sociali, senza il quale non è pensabile superare la crisi epocale che stiamo vivendo, varcare la porta antropologica che abbiamo davanti, e da cui forze ostili al progresso stanno facendo di tutto per tenerci lontani, verniciando di nuove tecnologie l'eterna visione dell'immutabilità della natura umana cui fa riferimento l'antropologia

pessimista che vuole l'essere umano «cattivo per natura», contrapponendo il *diritto del più forte* all'*esercizio della Giustizia*.

Ogni indugio da parte della Mediazione nel rafforzare la sua azione di comunicarsi, ponendosi come un volano prezioso per avviare una cultura e una politica della socialità contrapposta a quella egemone, prefigura un duplice pericolo, rappresentato da:

- il rischio di limitare le potenzialità della Mediazione stessa all'interno del sistema giuridico, a cominciare dalla possibilità di superare i conflitti definendo il reale, complesso valore che è oggetto del contendere e, quindi, valutando l'opportunità di coinvolgere soggetti portatori d'interesse che non sono parte formale del procedimento di Mediazione (ma qui lascio subito la parola alle professioniste e ai professionisti della Mediazione);
- l'assenza di un potente alleato sul fronte dello scontro in corso tra conservazione e innovazione; sia a livello nazionale che mondiale.

6.4. Bellum omnium contra omnes? Divide et impera!

Quello che sto affermando si può riassumere con un invito a riflettere circa il *ruolo protagonistico* rivestito da coloro che, vogliano o non vogliano vederne le implicazioni, operano nel settore giuridico e nell'ambito della Giustizia, proprio perché sono a strettissimo contatto con le più diverse dinamiche socio-economiche. Immersi continuamente nei fatti complessi della vita, sono insostituibili *percettori*, inevitabilmente *interpreti* della fattualità paragonabili, pur con i noti distinguo, ai medici, agli insegnanti, agli scienziati, ai religiosi.

Questa centralità della fase interpretativa è un momento imprescindibile dall'atto di Mediazione in tutte le sue declinazioni comunicative, strettamente collegato alla centralità del contesto in cui è esercitato. Un'*interpretazione* che non è negazione di una tecnica, al contrario necessita di una tecnica specifica, così come di tecnica puntuale necessita l'*invenzione*, che l'accompagna, la quale ha molto di *creativo*, ma nel senso di costruttivo. Un'interpretazione *mai legata alla sola volontà dell'interprete*, che rifugge da una *soggettività solitaria* e, restando sempre *in rapporto*

con una realtà esterna, svolge la sua attività di *ricerca e reperimento*, di *invenzione*, appunto, nel senso etimologico del termine.

Insomma si muove quotidianamente in direzione contraria alla cultura comunicativa contemporanea.

Un concetto, questo dell'interpretazione, che come è noto, era assai caro a Paolo Grossi. E quanto mai attuale, per noi che siamo costretti a vivere in un sistema a vocazione previsionale (le previsioni, ormai, hanno colonizzato il tempo della vita e della morte), dove tutto risponde a una precisa trama logica che anche le macchine possono applicare in modo da indirizzare i nostri comportamenti, dove l'invenzione è sterilizzata e prevedibile, dove la creatività, intesa come dono a se stessi e agli altri in funzione del rafforzamento del dominio da parte del genere umano sulla realtà, trasforma la divergenza costruttiva, che la dovrebbe distinguere, in cultura del *fake*.

Un concetto, questo dell'interpretazione, che dilata il paesaggio giuridico, trasformando la sua Utopia in essere da *insula* in continente, facendoci intravedere un futuro possibile divergente rispetto a quello che ci è proposto ogni giorno.

Insomma, la Mediazione è tutto *un altro modo* di pensare, è un salto quasi surreale, se confrontato con la comunicazione di tutti i giorni, un balzo sorprendente in *un altro mondo* che si rivela possibile.

Quello che dobbiamo fare è cercare di comunicare, rendere cioè patrimonio comune, *questa Mediazione*, la cultura di cui è espressione, la sua capacità di pensare e gestire le relazioni conflittuali in *un modo altro*. Risulterà, allora, chiara la disumanità coltivata dall'altra comunicazione, signora indiscussa di tutti e di tutto, che comanda dentro e fuori di noi. Diventeranno evidenti tutte le sue inadeguatezze, decrepitezze, i pericoli con cui ci obbliga a convivere. Sarà allora facilissimo riflettere sulla natura vera, sugli scopi e sugli obiettivi nascosti – ma nemmeno troppo – della società di cui quella comunicazione gerarchica, trasmissiva, meccanicistica ed emulativa è espressione e al tempo stesso artefice. E gli stessi conflitti assumeranno, rispetto al contesto così rivelato, un significato diverso.

Il mio, più che un auspicio, è un vero e proprio invito ad affrontare la questione del rapporto tra Comunicazione e Mediazione, perché si pren-

da atto, lucidamente, della dimensione culturale, sociale ed economica del problema.

Il punto è che non esiste Mediazione possibile per ogni singola, specifica conflittualità che non rispecchi e faccia riflettere su una conflittualità assai più vasta, strutturale, che ne è la matrice profonda. È per questo che la Mediazione non può evitare di operare, al contempo, su due ambiti, assai diversi quanto interdipendenti: quello in cui si affronta un caso specifico, un contenzioso particolare di tipo civile, commerciale etc., corrispondente, secondo una felice metafora utilizzata da Fernand Braudel per spiegare come evolva la Storia, alle *increspature superficiali* del mare e poi, semplificando, quello che riguarda la conflittualità che muove tutte le dinamiche sociali del nostro tempo, individuali e collettive, corrispondente alle *profondità abissali*: l'ambiente, la mentalità collettiva, etc. E come il mare, al di là delle sue increspature, delle correnti marine e degli abissi, la Mediazione stragiudiziale nel risolvere contenziosi particolari non può non operare agendo e essendo agita dall'attuale cultura della conflittualità, in cui tutti i soggetti vivono a livello di macrosistema socio-culturale ed economico-politico.

Questo macrosistema, nell'attuale processo di mondializzazione, di fatto, crea senza sosta una società-mondo che ormai condiziona l'intero pianeta, in tutti i suoi aspetti. E questo tipo di società-mondo, per affermarsi, ha dovuto avvalersi di una comunicazione adeguata al suo scopo, una comunicazione molto *conflittuale*, funzionale all'ideologia che il neoliberismo voleva affermare. Una disseminazione di conflitti tra gli elementi del sistema, elementi individuali, persone e collettivi, organizzazioni, Stati, motivata facendo riferimento alla natura e alla condizione perenne degli esseri umani: *bellum omnium contra omnes*. Lo scopo da parte dei poteri egemoni resta quello di creare le condizioni di una crisi infinita e sempre più grave – naturalmente non per loro, che ne traggono vantaggio -, con la guerra alle porte, quasi in casa – sicuramente quella economica lo è da tempo -, con un diffuso senso di incertezza, paura e soprattutto di impotenza, perché intanto non si può fare niente per cambiare questa situazione. Il paradigma comunicativo, trasmissivo, meccanicistico ed emulativo ha due pilastri: il *taylorismo* come architettura

dell'intero sistema sociale (*divide et impera*) e il tempo breve, anzi brevissimo, dell'eterno presente.

Ampia la letteratura che spiega come questa strategia per creare una classe egemonica forte venga da lontano come ogni epoca l'abbia declinata in maniera diversa. L'epoca nostra, però, presenta caratteristiche di inedita discontinuità, e cioè la dimensione planetaria dell'egemonia. E accanto a questa va registrato l'immenso bagaglio di risorse, materiali e immateriali di cui disponiamo, seppure la fame, le malattie, l'ignoranza dilaghino sempre più a seguito di una forbice tra ricchi e poveri sempre più larga. Visto il contesto di queste note, diciamo pure sempre più ingiusta.

L'arma più potente di questa strategia è la Comunicazione gerarchica, trasmissiva, meccanicistica ed emulativa che ci ha portati a questo punto. Una Comunicazione che è difficile riuscire a cambiare quando il vecchio sistema la giudica il punto di forza per la conservazione degli attuali equilibri.

6.5. Attacco alla Rete e digitalizzazione della realtà

Lo si sa. Il genere umano, nei millenni passati, ha fatto immensi progressi, con accelerazioni incredibili nell'ultimo secolo, e in particolare nel trentennio seguito alla Seconda Guerra Mondiale.

Stupefacenti miglioramenti, che non si ricorda mai abbastanza quanto siano i risultati ultimi di una storia tanto difficile, spesso crudele: basti pensare alla rivoluzione femminile che, se ben interpretata, investe ragioni di profondi cambiamenti che riguardano, necessariamente, l'intero genere umano. Miglioramenti che, per il fatto di non poter essere mai considerati definitivamente acquisiti né sufficienti, segnano – come i gradini di una scala infinita, che si può salire ma anche rapidamente discendere – il senso più profondo della vita.

In tutto questo la Comunicazione ha avuto un ruolo fondamentale anche se la sua storia – ad iniziare da quando è nato il linguaggio fino a quando si sono affermati i *mass media* e i *personal media* – ci conferma che con la parola Comunicazione si indicano quei due paradigmi comunicativi opposti e in conflitto tra loro, che sono l'ordito di questo saggio. Quello che si pone come mezzo potente per esercitare un controllo spie-

tato da parte di pochi soggetti su infiniti altri soggetti resi subalterni (si pensi, se non altro, al persistere della schivitù nelle sue differenti declinazioni socio-culturali, economico-politiche, con uomini e donne, bambini e bambine ridotti a *proto-robot*) e, al contrario, quello che si offre come mezzo per tracciare un modello di società opposto, il cui profilo ricorda molto da vicino quello prossimo alla Mediazione e, quindi, alla Comunicazione Generativa.

La storia della Comunicazione ci insegna che questi due modelli hanno sempre convissuto conflittualmente, con una variabilità di peso, relativamente alla loro capacità di incidere sulla realtà, che per millenni ha visto il piatto del dominio pesare enormemente di più di quello della liberazione. Ma nonostante questo, sarebbe un grave errore ignorare che l'equilibrio negli ultimi secoli si è spostato in direzione di una comunicazione liberatrice (da intendersi, nel nostro contesto, Generativa). Certo, come si è detto prima, siamo lontani dal ribaltare l'equilibrio delle forze, ma Utopia è sempre più grande e potenzialmente più forte, e oggi è in grado di battersi per ribaltare l'ago della bilancia.

La Comunicazione Generativa, cioè, può prendere in mano la progettazione e la realizzazione per trasformare il mondo che viviamo in un *mondo altro* da questo, che, viceversa, fanno di tutto per convincerci essere l'unico possibile. Trasformazione che le classi egemoni hanno sempre cercato e continuano a cercare di bloccare.

La modalità è sempre stata e continua a essere la stessa: appropriarsi e indirizzare verso la difesa e il rafforzamento dei privilegi della propria classe ogni singolo elemento dell'innovazione comunicativa che sia più socialmente e culturalmente funzionale a cambiare gli attuali assetti di potere, a favorire il progresso di tutti gli esseri umani verso il superamento della condizione di disparità in cui si trovano.

Strategia di appropriazione e di indirizzamento che stiamo vivendo in questi anni con la trasformazione della rete digitale, di Internet, i cui valori e principi, quelli che erano propri del popolo che l'ha affollata e animata alle origini della sua storia, risultano attualmente stravolti. In illusoria compensazione sono stati offerti i social network, anzi *questo tipo di social*.

Il risultato di questo stravolgimento è che, in ambito extralavorativo e lavorativo, si è affermata una strategia di meccanizzazione del pensiero e delle azioni, dei rapporti tra le persone, riducendo al minimo, in nome di una cultura dell'organizzazione più produttiva e di una società più funzionale (ma a cosa?), il senso e il giudizio critico, la curiosità che non sia *voyeurismo*, la creatività, la valorizzazione delle conoscenze e delle esperienze individuali, la libera iniziativa, la libertà di pensiero che non sia *fake* o insulto, la speranza di poter dare un proprio contributo a un progetto sentito e pensato come comune, la socialità.

Eppure la Rete era stata ideata e costruita per dare vita a un territorio di libera sperimentazione culturale, sociale, economica e politica. Lo scopo era quello di potenziare, rispetto ai modelli passati, l'espressione delle intelligenze critiche, dei diversi punti di vista; di far emergere esigenze e risorse altrimenti rimaste sempre ai margini, se non soffocate da un sistema comunicativo unicamente orientato alla persuasione e alla manipolazione. Di collegare tutti a tutti, e tutto a tutto. Di creare un modello socio-culturale ed economico-politico antagonistico rispetto a quello dominante nei media del tempo. Di favorire la già citata *invenzione*.

Questo nella ferma convinzione che la libertà non consista nell'offrire l'illusoria possibilità di scegliere tra migliaia di prodotti solo apparentemente diversi. E neppure che significhi dare libero sfogo alle proprie sofferenze e solitudini e frustrazioni, al cicaleccio delle false notizie e dei falsi dati. Perché la libertà cui la Rete aspirava era quella di dare voce a chi non l'aveva, perché potesse contribuire fattivamente, e cioè valorizzando le distinzioni di ruoli e competenze ed esperienze, alla creazione di un bene comune condiviso, senza la realizzazione del quale non ci può essere un vero beneficio per i singoli soggetti.

La Rete, e in generale il digitale, quindi, meritano un'attenzione particolare perché hanno rappresentato e rappresentano il campo di battaglia strategico dell'innovazione comunicativa, l'emblema della svolta di cui stiamo parlando. La stessa Mediazione li vede uno strumento importante – e sicuramente lo sono – ma è difficile pensare a un uso che ne rafforzi l'efficacia se si prescinde dalla *literacy*, non solo degli utenti, ma anche di coloro che architettano il digitale – si ricordi soltanto la questione dell'IA, – e da tutto ciò con cui il digitale si interfaccia. Insomma da

quella economia, cultura, politica della comunicazione che ha orientato il digitale nella direzione di rafforzare le egemonie già esistenti.

In conclusione, se si pensa quanto oggi la Rete sia propagandistica e manipolatoria, si riesce a comprendere che tipo di attacco abbia avuto il suo sforzo concreto di cercare non solo modalità operative, tecniche diverse da quelle dominanti, ma soprattutto una visione della comunicazione, con le sue relative teorie, metodologie e metodiche, che si basassero, finalmente, su valori, interpretazioni del mondo, su progettualità culturalmente contrarie a quelle espresse dai forti poteri economici.

6.6. Un'operazione di egemonia culturale formidabile

Forti poteri economici, appunto.

È stato notato autorevolmente che il neoliberismo è riuscito ad attuare quell'*Egemonia culturale* di cui ha scritto tanto il marxista Antonio Gramsci, una cultura che ha posto al centro di ogni attività umana la dimensione economica. Ed è significativo che la Rete digitale sia ormai in mano al *business*, ad aziende che controllano tutti i segmenti del mercato digitale e non (dall'*e-commerce* ai social network, ai servizi on-line, all'intelligenza artificiale) forti di un potere monopolistico che è in grado di influenzare l'economia globale. E quindi la politica mondiale, con gli Stati che al massimo possono allearsi con questo potere.

Questo sconfinamento-ribaltamento è avvenuto, in un crescendo inarrestabile, dagli anni Settanta in poi, da quando una certa politica ha rinunciato ad adattare l'economia a un preciso progetto sociale (che aveva ma non rendeva esplicito per ragioni di consenso), decidendo che doveva, viceversa, adattare la società all'economia.

Per condizionare i parametri valutativi con cui misurare qualsiasi cosa, in tutti gli ambiti, da quelli privati a quelli pubblici, risultò conveniente lavorare sulla cultura, sull'immaginario collettivo, e tramite essa sui valori che poi hanno il compito di giudicare qualsiasi pensiero e azione umana.

Insomma bisognava far propria, acquisire il monopolio della comunicazione.

Per questa necessità il movimento mondiale di monetizzazione e finanziarizzazione della realtà, la vera forma di globalizzazione a livello pla-

netario, mentre lavorava indefessamente per subordinare la politica alle esigenze del proprio modello economico, avviava una capillare strategia del consenso. La cinematografia, la televisione, la musica, e a suo modo anche la letteratura, le arti in genere, nazionali e transnazionali, presero a propagandare in forma più moderna modelli di vita (di chiara ispirazione nordamericana), una cultura neoliberista, che andava dal portafoglio all'anima delle persone, una cultura che presto la Rete, e poi i vari prodotti della Rete, fecero loro, offrendo al "finanzcapitalismo" (Gallino) strumenti di efficacia inimmaginabile solo pochi decenni prima.

In una logica generale di standardizzazione, la quale era venduta come strumento per facilitare la comunicazione di tutti con tutti, il risultato cui si mirava era quello di diffondere:

- i contenuti relativi ai valori che dovevano indirizzare la vita individuale e collettiva, delegittimizzando, nell'interesse, inutile dirlo, degli stessi soggetti-oggetto di questa strategia, ogni attività critica, inventiva e divergente;
- un'idea di comunicazione, con le relative pratiche, dove la strategia delle solitudini affollate si accompagnava a quella del *divide et impera*, confondendo il valore dell'azione e della responsabilità con la suggestione, sempre efficace in tempi di crisi, della necessità provvidenziale di un uomo o di una donna forti.

E infatti dall'inizio degli anni Settanta in poi del secolo scorso, si venne rafforzando quella strategia per cui prese il via la comunicazione della crisi infinita che ancora oggi persiste, con tanti giovani e non più giovani che fin dalla nascita hanno assimilato l'arte del sapersi accontentare perché potrebbe sempre andare peggio. Perché da oltre mezzo secolo il tema resta quello che il tempo delle vacche grasse era/è finito, e con quel tempo quello della crescita sociale, culturale, economica per tutti.

Parola d'ordine: insostenibilità.

Da qui l'attacco continuo ai progressi sociali avviati nel secondo dopoguerra. E ancora oggi l'idea di base è che le problematiche del tempo presente altro non sarebbero che le conseguenze del persistere di quelle visioni utopistiche. E se le medicine del presente sono amare, questo è il prezzo che si deve pagare per sanare quelle aberrazioni che non tenevano

conto dell'economia reale, la quale è comunicata come una legge assoluta con cui tutto deve confrontarsi. L'economia neoliberista a forte vocazione capitalistica, naturalmente.

Fatto così della monetizzazione – e relativa digitalizzazione – il linguaggio universale che tutti devono parlare, fatto così dell'economia, altrettanto digitalizzata, una legge naturale cui dobbiamo adeguarci, restava solo l'uomo da ridurre a numero. Operazione facile e difficile al tempo stesso.

A tal fine è venuta in soccorso la comunicazione digitale – digitale nel duplice senso che si avvale di infrastrutture informatiche, ma anche che comunica una visione, e quindi dei valori della vita digitali – che ha potuto e continua a poter dare un supporto fondamentale a questa strategia. Il passaggio dal digitale, e cioè dalle dita (in latino: *digitus*) della mano al contare con le dita (in inglese *digit* è diventato sinonimo di cifra numerica) e, quindi, alla *numerizzazione* dell'essere umano, è stato relativamente agile perché aveva radici storiche molto autorevoli: quelle che facevano e fanno riferimento alla convinzione secondo cui la natura umana risponde a un istinto originariamente e insopprimibilmente individualistico, egoistico, sintetizzato nella nota locuzione *homo homini lupus*. Realismo materialista contro ogni forma di spiritualità: religiosa o laica che sia, sempre pericolosa. Di qui, il *Memento, homo, quia pulvis es, et in pulverem reverteris* è stato riscritto con *Memento, homo, quia numeri es, et in numeros reverteris*.

Uomo e donna, numeri eravate e numeri tornerete a essere.

Una visione negativa della nostra umanità compensata dall'altrettanto forte convinzione che solo interventi deregolativi in economia fossero adeguati alla *grave* situazione; il che non ha avuto una ricaduta solo sul piano dell'attività economica e finanziaria, ma anche sull'idea di norme, di regole viste sempre più come un freno alla libera iniziativa, alla creatività individuale, allo sviluppo economico, che è capace di autoregolarsi (a vantaggio di chi? Ci si dovrebbe, in tal caso, domandare).

Il tutto affiancato dal persistere di una richiesta, da parte dei poteri forti ma anche meno forti adeguatamente educati, come si è rilevato, di una visione e di un esercizio della Giustizia e del Diritto, caratterizzati da forte prevedibilità e resistenza nei confronti di una fattualità sempre più

complessa. Una richiesta di stabilità, di certezze costanti e ferme davanti a una società in continuo divenire, di automatismi meccanici a difesa dello *statu quo* economico, sociale, culturale e, naturalmente, politico. Scrive Paolo Grossi in proposito:

> La crisi c'è, ed è crisi, appunto, dello statalismo legalista; ed è la riscoperta della complessità giuridica a investire e travolgere il modello legale. E sono proprio i caratteri di questo modello a dimostrarsi inadatti a disciplinare giuridicamente il tempo *pos-moderno* tuttora contrassegnato dalla instabilità di una transizione. Astrattezza, generalità, rigidità, che fino a oggi hanno identificato il vólto virtuoso della legge, appaiono, proprio oggi, quali cagioni prime della sua condanna. Ogni legalismo si concreta sempre in una proposta di modelli, modelli rigidi, che garantiscono i beni della certezza e della prevedibilità, ma che sono intrinsecamente inidonei all'attuale instabile tempo. (2018)

Il Diritto, proprio per la natura del suo essere sempre a contatto con la complessità del vivere quotidiano, con quella cultura del conflitto perenne, è strumento insostituibile per cogliere, interpretare e indirizzare al futuro l'instabilità di un tempo pubblico e privato quale è il nostro. Eppure deve sempre difendersi dalla minaccia che sia trasformato in un testo cartaceo astratto quanto assoluto. In un Codice – magari in formato digitale accompagnato da relativa IA -, ridotto a «nuvola che galleggia alta sul divenire sociale» (Grossi, 2018). Ancora una volta sterzando i grandi vantaggi che ci offrirebbe il digitale verso quella *numerizzazione* che tanto bene fa alla *deregulation* economica e finanziaria. Perché la tecnologia, come la Comunicazione, non è mai neutrale.

Se si paragona il digitale ai materiali necessari per costruire edifici, già scegliere di costruire un ospedale invece di altro è una scelta che ne orienta il senso economico, sociale, culturale, etc.. Ma l'edificio che si è deciso di costruire può più o meno, o per niente, rispecchiare il principio espresso dall'art. 32 della nostra Costituzione sul Diritto alla Salute. La stessa sala operatoria, l'area adibita alle visite, i vari macchinari, l'organizzazione del lavoro, la comunicazione organizzativa, quella verso l'utenza ne orientano l'uso, i rapporti con i territori da cui provengono i pazienti

possono far costruire due ospedali non semplicemente diversi, cioè non somiglianti tra loro, ma il cui essere sociale, economico, culturale (la cultura della salute), politico è antagonistico, conflittuale tra loro. Un carro armato ha i cingoli ma non è un trattore, per questo i cingoli di un trattore non sono quelli di un carro armato che – se usato come un trattore – darebbe risultati controproducenti.

Così è per la Comunicazione, una preziosa materia prima con cui si possono costruire dinamiche sociali opposte e inconciliabili, ma bisogna essere molto prudenti nel dire che la comunicazione è una tecnica e i risultati dipendono dall'uso che se ne fa. La comunicazione, e cioè il senso comunitario di qualsiasi cosa, beni d'uso, servizi o altro, non la si definisce una volta che il prodotto è finito, comunicandolo in un modo o in un altro. La comunicazione è sempre presente fin dal nascere dell'idea, anzi è il valore con relativi principi che creano le condizioni perché un'idea possa nascere, e con essa tutto quello che segue in termini di produzione e di uso.

Giudicare il valore di ogni cosa realizzata è impossibile, se si prescinde dai *valori* che ne hanno indirizzato la concretizzazione e ispirato l'uso.

Che una precisa politica abbia favorito il fatto che *questo* digitale sia un'*ancella* di *questa* economia è fin troppo evidente. Ma questo ci dice anche che il digitale informatico, e relativa cultura di progettazione e di uso, non è l'unico digitale possibile. Con buona pace della propaganda e della pubblicità che cercano di convincerci che l'evoluzione del digitale risponda a uno sviluppo lineare, scientifico: l'unico possibile.

6.7. La malattia e la cura

Come responsabile di due centri di ricerca e innovazione a vocazione diversa, la mia esperienza quotidiana consiste nel rispondere a richieste di collaborazione da parte di enti pubblici e privati, italiani e internazionali, il cui obiettivo è migliorare la loro comunicazione. Magari con un uso più avanzato delle nuove tecnologie digitali (leggi IA). È chiaro che tutto può essere migliorato, ma ancora troppo poche organizzazioni si rendono conto del vero problema, e cioè che molte delle loro difficoltà nascono da una concezione della Comunicazione che è radicalmente, ontologicamente sbagliata.

Perché la nostra Comunicazione non è malata, molto peggio: è la malattia del nostro tempo. La Comunicazione come noi la conosciamo e la pratichiamo è parte sostanziale, se non causa prima, dei problemi che nascondono o danneggiano le incredibili risorse, materiali e immateriali, che il meraviglioso mondo della complessità ci offre.

L'ho già scritto più volte, è una comunicazione molto meccanicistica, *meccanicistizzante*, nel senso che vive e fa vivere di stereotipi – a cominciare da ciò che è bello e brutto, che piace e non piace – motivandoli con un richiamo al realismo, a quella che è la cultura media delle persone, sempre meno persone e sempre più numeri, il loro gusto, il loro senso di appagamento, i loro bisogni reali. Una comunicazione dolorosa, perché ha sostituito il Diritto a progettare e a battersi per il futuro con un frustrante e sempre deludente *subito*. Nella vita privata, personale, così come in quella delle organizzazioni, istituzioni, imprese etc. Così la benefica ricerca di un rapporto con la realtà delle cose e delle persone si è trasformata nell'accettazione dello *statu quo*, non considerato come il punto di partenza per migliorare, rafforzare la nostra umanità, ma come un declivio dove andare in basso, scendere è meno faticoso che salire.

Tal mi fece la bestia sanza pace,/che, venendomi 'ncontro, a poco a poco,/ mi ripingea là dove 'i sol tace. Così ai tempi dell'*Inferno* di Dante. Oggi è la Comunicazione della *numerizzazione* che ci mortifica facendoci vivere in *un basso loco*, in un presente assoluto che ha sostituito la Storia con la selva oscura delle *storielle*, personali e collettive, per nascondere le immense risorse che millenni di storia ci hanno messo davanti e che la classe egemone vuole sempre più sfacciatamente egemonizzare. Per ottenere questo risultato ci spinge sempre più verso una società povera di diversità, di varietà, di punti di vista, di pratiche diverse, verso una società assai poco *testualizzata*, che cerca di grammaticalizzare il bene comune della complessità (Toschi, 2011, pp. 133-138) perché resti patrimonio di pochi, pochissimi, i quali nascondono i loro privilegi facendone spettacolo quotidiano per chi non ne ha. Una Comunicazione, questa, vecchia di millenni, ma ancora in essere.

Si vive, cioè, in una società che confonde la necessità delle regole, che nessuno mette in discussione, con la grammaticalizzazione della realtà. Una società che non sa avvalersi di una *rule-governed creativity* per generare una *rule-changing creativity*. Una relazione fondamentale tra l'analisi

di ciò che ci appare conoscibile e l'invenzione di ciò che non sappiamo come sarà, ma la cui ricerca risponde a dei bisogni, dei valori profondi della nostra umanità.

Certo, si può scrivere e discutere quanto si vuole che è urgente cambiare prospettiva. Ma resta il fatto che è tremendamente difficile vivere questo cambiamento. I mutamenti di paradigma non sono facili da portare nella vita di tutti i giorni; a cominciare da quella professionale, che poi non è solo lavorativa, di cui qui stiamo parlando a proposito della Mediazione e della metodologia comunicativa che la distingue.

Fa paura, non è solo difficile abbandonare una comunicazione che, date certe regole – valide da sempre, seppur periodicamente aggiornate -, basta imparare ad applicarle per ottenere, più o meno bene, l'effetto cercato (materiale e immateriale che sia). Perché quella comunicazione che la storia ha reso vecchia e superata, fino a un certo momento ha funzionato e funziona nel sostenere il modello sociale che la esprimeva e la esprime. Il detto celebre recita: *Chi lascia la strada vecchia per la nuova, sa quel che lascia ma non sa quel che trova*, e la voglia di non abbandonarla è considerata economicamente conveniente. Per alcuni addirittura saggio.

Qui in chiusura, è forse utile ricordare, ancora una volta, quanto la dica lunga il fatto che mentre la *deregulation* economica si basa sulla vecchia convinzione che la società si evolve, se lasciata libera, in direzione di un ordine naturale provvidenziale, quella stessa voglia di *deregulation* sia affiancata da una comunicazione attenta a favorire una *regulation* della massificazione e dell'omologazione, celebrando l'autorevolezza delle regole: magari da infrangere, ma solo quel tanto che non le possa cambiare.

Una comunicazione – in tutte le sue possibili declinazioni – impegnata a creare mega-macchine sociali che tendono a usare masse di esseri umani come componenti o servo unità.

> Mega-macchine potenti ed efficienti di tal genere esistono da migliaia di anni. Le piramidi dell'antico Egitto sono state costruite da una di esse capace di far lavorare unitariamente, appunto come parti di una macchina, decine di migliaia di uomini per generazioni di seguito. Era una mega-macchina l'apparato amministrativo-militare dell'impero romano. Formidabili mega-macchine

> sono state, nel Novecento, l'esercito tedesco e la burocrazia politico-economica dell'Urss. Il finanzcapitalismo è una mega-macchina [...] (Gallino, 2023, p. 28)

In questo contesto, il valore aggiunto della Mediazione entra in conflitto con il sistema comunicativo oggi dominante, di segno opposto, perché gerarchico, trasmissivo, meccanicistico ed emulativo. Insomma violento. Un conflitto, questo intrapreso dalla Mediazione, in cui la Comunicazione Generativa vede non solo una battaglia comune, ma una pratica da cui essa può apprendere molto. E tra questo *molto* spicca, per la sua forte suggestione, il fatto che per comunicare il nuovo bisogna prima di tutto saperlo riconoscere, e per saperlo riconoscere bisogna, se non esserlo, almeno, con tutti i rischi che questa impresa comporta, cercare di esserlo. Il costo da pagare, per riprendere Paolo Grossi, è costituito inevitabilmente da «una diffusa incertezza e scarsa, difficile prevedibilità», ma, come ci ha spiegato Dante, se si vuole arrivare al Paradiso – ammesso e non concesso che Dante sia arrivato davvero fin lassù – si deve prima attraversare l'Inferno e il Purgatorio.

Così stando le cose, è normale che «l'anima tua *sia* da viltade offesa;/la qual molte fïate l'omo ingombra/sì che d'onorata impresa lo rivolve,/come falso veder bestia quand'ombra» (*Inferno*, vv. 45-8).

6.8. Note

1. La Comunicazione Generativa è un progetto che viene sviluppato dagli anni Novanta del secolo scorso presso il Centro Ricerche "scientia Atque usus" per la Comunicazione Generativa ETS e il Generative Communication Lab della Fondazione PIN dell'Università di Firenze. Il primo, denominato comunemente *Centro Ricerche sAu*, è orientato alla ricerca e all'impegno sociale, il secondo alla consulenza. Gli «Ambiti di Intervento» sono molto diversi tra loro ma ispirati sempre dalla stessa metodologia e metodica: agricoltura e sviluppo rurale, sanità e salute, diritto, ricerca e terzo settore, tecnologie, patrimonio culturale e sostenibilità. Va chiarito, da subito, nell'evitare fraintendimenti circa l'uso che qui si fa di *Generativa*, che sebbene questi due centri lavorino da sempre sperimentando le tecnologie digitali più avanzate – il primo progetto, in collaborazione con l'allora Istituto di Documentazione Giuridica del CNR, risale alla seconda metà degli anni Ottanta – la parola *Generativa* non si esaurisce con i recenti sviluppi dell'IA su cui, naturalmente, lavoriamo ma ha un significato molto più ampio riguardando tutte le attività comunicative. Per maggiori informazioni: www.sau-centroricerche.org.

2. Il titolo di questo paragrafo, come si può facilmente intuire, è liberamente tratto da *Utopia* di Thomas More.
3. È un capitolo dell'eterna lotta tra *senso comune* e *buon senso*. Nonostante siano passati quasi due secoli, e tantissimi siano gli studi, dalla sociologia alla filosofia, dall'antropologia alla psicologia sociale, e non solo, su questi due *sensi* degli esseri umani, continuano a sembrarmi molto efficaci le parole che scrisse Manzoni commentando quanto scritto dal Muratori a proposito del fatto che c'era, al tempo della Milano, travolta dalla peste qualcuno che non credeva alla storia degli untori, ma nessuno osava dirlo pubblicamente: «Si vede ch'era uno sfogo segreto della verità, una confidenza domestica: il buon senso c'era; ma se stava nascosto, per paura del senso comune» (Manzoni, 1840-1842, p. 623).

6.9. Bibliografia

Anichini, A. et al. (in corso di pubblicazione). *La mente e la mano all'epoca delle macchine intelligenti. La Scrittura Generativa*. Pacini.

Auerbach, E. (2001). *Studi su Dante*. Feltrinelli.

Berners-Lee, T. (2001). *L'architettura del nuovo web: Dall'inventore della rete il progetto di una comunicazione democratica, interattiva e intercreativa*. Feltrinelli.

Bloch, M. (2019). *Il principio speranza*. Voll. 3. Mimesis.

Braudel, F. (1986). *Civiltà e imperi del Mediterraneo nell'età di Filippo II*. Einaudi.

Canfora, L. (2024). *La democrazia. Storia di un'ideologia*. Laterza.

Carr, E. H. (1995). *Sei lezioni sulla storia*. Einaudi.

Chomsky, N. (1977). *Riflessioni sul linguaggio*. Bollati Boringhieri.

Cicerone, M. T. (1994). *Dell'oratore. Testo latino a fronte*. Rizzoli.

Cicerone, M. T. (1995). *Bruto. Testo latino a fronte*. Rizzoli.

Commissione Europea. (2023). *Raccomandazione (UE) 2023/2836 della Commissione, del 12 dicembre 2023, sulla promozione del coinvolgimento e della partecipazione effettiva dei cittadini e delle organizzazioni della società civile ai processi di elaborazione delle politiche pubbliche* (GU L 2836, 20.12.2023). Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea.

Donati, P. (2013). *Sociologia della relazione*. il Mulino.

Fisher, R., Ury, W., Patton, B. (2019). *L'arte del negoziato. Per chi vuole ottenere il meglio in una trattativa ed evitare lo scontro* [26ª edizione]. Corbaccio.

Gallino, L. (2011). *Finanzcapitalismo. La civiltà del denaro in crisi*. Einaudi.

Gallino, L. (2023). *Una civiltà in crisi. Contraddizioni del capitalismo*. Einaudi.

Gramsci, A. (1975). *Quaderni del carcere* (ed. critica di V. Gerratana). Einaudi.

Grossi, P. (2018). *Storicità versus prevedibilità: Sui caratteri di un diritto pos-moderno*. «Questione Giustizia, Editoriale Scientifica». https://www.questionegiustizia.it/rivista/articolo/storicita-versus-prevedibilita-sui-caratteri-di-un-diritto-pos-moderno_573.php (ultima consultazione: 07 11 2025).

Hess, C., Ostrom, E. (a cura di) (2006). *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. The MIT Press.

Lucarelli, P. (a cura di) (2019). *Mediazione dei conflitti. Una scelta condivisa*. Utet Giuridica.

Lucarelli, P. (a cura di). (2024). *Giustizia sostenibile. Sfide organizzative e tecnologiche per una nuova professionalità*. Firenze University Press.

Marcucci, R., Davini, V. (a cura di) (in corso di pubblicazione). *Eva, Adamo e l'albero della conoscenza. La salute di genere come strumento di cultura personalizzata*. Pacini.

More, T. (1516). *Libellus vere aureus, nec minus salutaris quam festivus de optimo rei publicae statu, deque nova insula Utopia*. Trad. it. More, T. (2020). *Utopia*. Mimesis.

Morin, E. (1993). *Introduzione al pensiero complesso. Gli strumenti per affrontare la sfida della complessità.* Sperling & Kupfer.

Platone. (2009). *La Repubblica. Testo greco a fronte.* Bompiani.

Russel, S. J. (2019). *Human Compatible. Artificial Intelligence and the Problem of Control*. Viking.

Toschi, L. (2011). *La comunicazione generativa*. Apogeo.

Toschi, L. (2020). *Tecnologie e comunicazione: la "formula" assente*. In Lazzeroni, M., Morazzoni, M. (a cura di). *Interpretare la quarta rivoluzione industriale.* Carocci, pp. 59-78.

Toschi, L. (2025). *Chi ha paura della giovane Yentl? La Comunicazione è la grande sindrome del nostro tempo*. In Marcucci, R., Davini, V. (a cura di). *Eva, Adamo e l'albero della conoscenza. La salute di genere come strumento di cultura personalizzata*. Pacini.

Wallerstein, I. (2004). *Comprendere il mondo: Introduzione all'analisi dei sistemi-mondo*. Manifestolibri.

6.10. Sitografia

Ambiente Integrato Atque. www.sau-centroricerche.org/ambiente-integrato/ (ultima consultazione: 10 10 2025).

Centro Ricerche "scientia Atque usus" per la Comunicazione Generativa ETS. www.sau-centroricerche.org (ultima consultazione: 10 10 2025).

Generative Communication Lab della Fondazione PIN dell'Università di Firenze. www.generativecommunicationlab.org/ (ultima consultazione: 10 10 2025).

Parte II

Cultura giuridica della mediazione