

# “*World Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano*”

## Una piattaforma strategica per porre la Terza Missione al centro

**Leopoldo Ivan Bargna**

ivan.bargna@unimib.it

Università di Milano Bicocca

ORCID: 0000-0002-4865-8229

---

### Abstract

Enhancing cultural diversity is key to deal with change and innovation in socially sustainable ways. “World Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano” is an incubator for integrating anthropological knowledge, social and professional know-how, starting from effective collaborative experiences carried out all over the town, and presented where they took place with the people who participated in them. It is a platform for networking academic and professional anthropologists, the world of work, third sector and the city as a whole, allowing to rethink research and public engagement in their mutual implications, generating new transformative projects and favoring a realignment between the social perception of what anthropologists are and what they actually do. The university coordinates the initiative, but all events are organized independently by those who have led them, enhancing autonomy. Territorial roots are combined with mobility routes, proposing projects born in Milan and moved elsewhere, or arriving and passing from there: proximity passes from neighborhood relations, as well as from connections with the world. On this basis, public engagement can become an integral part of research and teaching in real-life contexts as well.

**Keywords:** Third Mission; transformative platform; learning in real-life situations; world of work

---

### *AnthroDay* Milano: contenitore e incubatore

«L’antropologia può contribuire a migliorare la vita delle persone? Può aiutarci a meglio comprendere il mondo in cui viviamo e favorire la risoluzione pratica dei problemi che affliggono la nostra quotidianità e le nostre società?». Da questa interrogazione aperta ha preso le mosse nel 2019 il “*World Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano*”, giunto quest’anno alla quarta edizione. Una domanda molto semplice e diretta che è poi anche quella che ha portato all’affermarsi dell’antropologia pubblica (Borofsky 2011). Attraverso l’*AnthroDay* abbiamo cercato di contribuire a darle una risposta che non fosse retoricamente già scritta.



## WORLD ANTHROPOLOGY DAY 2019 ANTROPOLOGIA PUBBLICA A MILANO 21 FEBBRAIO



PATROCINIO  
Comune di  
Milano



Locandina della prima edizione dell'AnthroDay Milano (autore: Ufficio Grafica  
Università di Milano-Bicocca)

Questa iniziativa, promossa dal Corso di laurea in Scienze Antropologiche ed Etnologiche e dal Dottorato di Antropologia Culturale e Sociale dell'Università di Milano-Bicocca, ha portato in Italia la giornata internazionale dell'antropologia ideata dall'*American Anthropological Association* (AAA), già presente in venti paesi nel mondo, dandole però un diverso sviluppo. Se negli Stati Uniti l'iniziativa riguarda principalmente i campus universitari, a Milano abbiamo tentato di farne un volano che coinvolgesse la città nel suo insieme e che consentisse un ripensamento di ciò che chiamiamo "Terza Missione", con concrete ricadute progettuali e pratiche tanto all'interno, quanto all'esterno dell'università. L'originalità di questa impostazione è stata riconosciuta dalla stessa AAA, che ha invitato il team dell'*AnthroDay* Milano nel 2021 e 2022 a partecipare alle tavole rotonde sul tema<sup>1</sup>.

L'*AnthroDay* è un evento annuale (si tiene il terzo giovedì del mese di febbraio), ma non si esaurisce nella celebrazione di una ricorrenza; neppure è riducibile a un tavolo tecnico, ad un festival culturale o ad un info-point, per quanto possa includerne alcuni tratti. Si tratta piuttosto di una piattaforma attraverso cui far incontrare una domanda di antropologia socialmente diffusa, ma spesso solo potenziale e inespressa, con l'offerta di competenze di antropologi formati e in formazione, dentro e fuori l'università. E questo non partendo da dichiarazioni di intenzioni, ma facendo emergere, tutto insieme e nel giro di tre giorni (ci siamo presto resi conto che un giorno solo non bastava) il lavoro spesso nascosto di antropologhe e antropologi, dentro e soprattutto fuori dall'università. Presentandolo nei luoghi e con le persone con cui quotidianamente viene svolto, si mostra concretamente l'utilità pubblica dell'antropologia, favorendo la messa in rete

<sup>1</sup> Qui la registrazione del Virtual Kick-off 2022 [https://www.youtube.com/watch?v=\\_YpEAjgukB4](https://www.youtube.com/watch?v=_YpEAjgukB4) (consultato il 27/7/2022). Ringrazio Ed Liebow, executive director dell'AAA per il supporto e apprezzamento datoci pubblicamente. Il team dell'AnthroDay Milano è stato inizialmente composto da Ivan Bargna (coordinatore), Giacomo Pozzi, Giovanna Santanera e Francesco Vietti, cui si sono poi aggiunti Ilaria Bonelli, Camilla Carabini, Francesca Esposito, Giuseppe Mazzarino, Leone Michelini e Luca Rimoldi.

di esperienze e buone pratiche. La cornice dell’evento non fa quindi solo da contenitore, ma aspira ad essere incubatore, tentando di fare massa critica, consentendo a chi partecipa di allacciare nuove relazioni con persone che hanno bisogni, desideri e interessi in comune, ma anche competenze diverse e complementari. La sorpresa che si rinnova ogni anno, sia dal lato della cittadinanza che da quello degli stessi organizzatori e promotori delle iniziative, è scoprire quanta antropologia ci sia nella città di Milano e quanto diversi e spesso imprevedibili siano i campi in cui si applica e risultati che produce<sup>2</sup>. Non si tratta solo di farsi conoscere dagli altri: non meno importante è la crescita di consapevolezza, orgoglio e senso di appartenenza per una comunità professionale che è spesso dispersa e che non si sente sufficientemente riconosciuta, sia socialmente, che per la mancanza di un chiaro inquadramento normativo del profilo professionale dell’antropologo, con riflessi negativi sulle opportunità lavorative sia nel settore privato che in quello pubblico (ad es. la possibilità, ancora limitata, di accedere a concorsi)<sup>3</sup>.

La finalità dell’*AnthroDay* è dunque quella di presentare il volto pubblico dell’antropologia nelle sue applicazioni concrete, attraverso esempi virtuosi di attività svolte sul territorio, fornendo nel contempo l’occasione per generarne di nuove. In queste pagine ne parlerò in qualità di promotore e coordinatore dell’iniziativa, con riferimento alla mia esperienza di presidente del Corso di Scienze Antropologiche ed Etnologiche, dove ho cercato di portare avanti una visione della Terza Missione che fosse perno e non appendice delle prime due azioni (didattica e ricerca), pensandole non separatamente e in successione, ma insieme, per accrescere porosità e sinergie fra interno ed esterno, senza però smarrire quel profilo istituzionale che conferisce all’università la sua specificità. Quello che propongo è un approccio in un certo qual modo sistemico, centrato sull’interconnessione e interazione delle parti, sulla loro reciproca fecondazione.

Pur aprendo finestre su contesti più ampi e questioni di interesse generale, mi manterrò volutamente aderente alla concretezza del lavoro da me svolto, cercando di fornire un quadro del contesto in cui questa esperienza ha preso forma e dei diversi attori e partecipanti coinvolti (docenti, studenti, dottorandi, antropologi universitari e antropologi non-accademici, professionisti dei più diversi ambiti lavorativi e cittadinanza).

## Ripensare la Terza Missione

L’*Anthropology Day* non nasce dal nulla. Per quanto chiami a raccolta realtà sociali e culturali al di fuori dell’università, ha la sua genesi dentro una precisa cornice istituzionale, con i suoi vincoli, obblighi e atti dovuti: la Terza Missione dell’università, che si affianca alle prime due, formazione e ricerca, come attività di disseminazione del sapere sul territorio per farne fattore di crescita civile e sviluppo. Trasferimento di conoscenze, divulgazione e *public engagement* sono i modi attraverso cui l’università tenta di dare una risposta a bisogni sociali e culturali diversificati e complessi, anche se poi, in modo riduttivo, la Terza Missione tende spesso ad assumere una forte connotazione economica privilegiando l’ambito tecnico-scientifico e guardando alla trasformazione produttiva della conoscenza e all’innovazione come a fattori di vantaggio competitivo. Una visione economicistica che tende a marginalizzare i saperi umanistici (Citton 2012) e che trova un’espressione significativa nell’intento di ricondurre la Terza Missione a in-

---

<sup>2</sup> Sul sito <https://anthrodaymilano.formazione.unimib.it/> è possibile visionare i programmi di tutte le edizioni dell’*AnthroDay* Milano.

<sup>3</sup> Questioni su cui, in particolare, stanno lavorando da anni l’Associazione Nazionale Professionale Italiana di Antropologia (ANPIA)

dici misurabili che ne consentano la valutazione (ANVUR 2015; 2021). Così, se nella Terza Missione culturale e sociale abbiamo a che fare con la produzione di «beni pubblici che aumentano il benessere della società» per la cui fruizione «non è previsto, in linea generale, il pagamento di un prezzo, o in ogni caso di un prezzo di mercato», nella «Terza Missione di valorizzazione economica della conoscenza [...] la conoscenza prodotta dal sistema pubblico di ricerca, per sua natura pubblica e inappropriabile, assume invece la natura di un bene privato» (ANVUR 2013: 1-2). È in questo ambito complesso e contraddittorio della società della conoscenza (UNESCO 2005) che università, antropologi e antropologhe, sono chiamati a operare, districandosi fra i diversi modi in cui bisogni, diritti e interessi, individuali e collettivi, pubblici e privati, si intersecano, divergono e compongono, nel sociale e nel mondo del lavoro.

Se le implicazioni economiche della Terza Missione sono più evidenti per i dipartimenti e le discipline tecnico-scientifiche (consorzi con aziende, servizi per imprese, creazione di spin-off, registrazione di brevetti ecc.), il suo ruolo nel riorientare l'università, in particolare formazione e ricerca, verso la professionalizzazione delle competenze, si manifesta anche nelle scienze umane, soprattutto nel richiamo all'intensificazione dei rapporti con le parti sociali e il mondo del lavoro e con la spinta alla revisione di curricula e profili formativi in chiave professionalizzante.

La Terza Missione, considerata da questa angolazione, non è allora solo un'appendice che succede linearmente alle prime due missioni, ma un elemento focale in grado di riorientarle in chiave operativa: dalla ricerca di base alla ricerca applicata; dalla formazione culturale della persona a quella di professionisti che corrispondano alla domanda del mercato del lavoro. Sono scenari e questioni di ampia portata che interrogano non solo antropologia e università nel loro insieme, ma anche ciascuno come cittadino/a e che richiedono quindi delle prese di posizione politica. Su questo ritornerò più avanti, scrivendo nello specifico dei rapporti fra dimensione sociale della creatività culturale e mondo del lavoro.

Il livello su cui qui tratterò di questi temi è però quello di chi, per il ruolo che ha occupato, ha dovuto ottemperare a una serie di richieste e scadenze amministrative che si traducono nella compilazione di documenti (Scheda Unica Annuale del Corso di Studio, Scheda di Monitoraggio Annuale, Documento del Riesame annuale e triennale, ecc.). Una posizione che, personalmente, ho occupato per nove anni, prima come Assicuratore della Qualità (a.a. 2013/2014, 2014/2015) e poi – succedendo a Ugo Fabietti, Roberto Malighetti e Alice Bellagamba – come presidente del Corso di Scienze Antropologiche ed Etnologiche dell'Università di Milano-Bicocca (a.a. 2016/2017–2020/2021). L'*AnthroDay* Milano nasce nello spazio di manovra fra uno sfondo politico-sociale di ampia portata e un'attività gestionale quotidiana, facendo in qualche modo di necessità virtù. Non si è trattato quindi di un coniglio tirato fuori dal cappello, ma del punto di approdo di un percorso, del tentativo di trarre qualcosa di significativo da quello che avrebbe potuto ridursi a un adempimento dovuto, assolto in maniera formalmente corretta, ma priva di ricadute sostanziali. Partendo dall'interrogarsi sulla funzione della presenza di un rappresentante del mondo del lavoro all'interno del Gruppo del Riesame (figura normativamente prevista, stimolante, ma di fatto non rappresentativa)<sup>4</sup>, il CdS ha poi intensificato il proprio rapporto con le parti sociali, passando all'organizzazione di tavoli tematici di consultazione che si tenevano in università (migrazioni; turismo; ambiente; salute ed educazione; arte, cultura, musei

---

<sup>4</sup> Il Gruppo del Riesame, composto dal presidente del CdS, da docenti e da rappresentanti degli studenti, dei servizi amministrativi del Dipartimento e del mondo del lavoro, ha compiti di monitoraggio e valutazione delle criticità e punti di forza del CdS, al fine di individuare azioni di miglioramento e strategie di sviluppo.

e professioni creative) e che venivano coordinati dai docenti sulla base delle loro aree di competenza<sup>5</sup>. Il passo ulteriore è stato quello di uscire dall’università con la realizzazione di una prima (e unica) Milano *Anthropology Week* (2016): l’evento riproponeva gli stessi tavoli tematici ma in forma pubblica e in luoghi significativi per ciascun ambito professionale, andando così a cercare le persone nei loro contesti lavorativi, piuttosto che tentare di portarle in ateneo. L’“*Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano*”, arriva nel 2019, al termine di tutto questo processo.

## Didattica in situazione e Terza Missione

Se l’*AnthroDay* Milano costituisce oggi un evento denso e non velleitario è proprio perché è l’esito di un percorso, di un insieme di attività distribuite su più anni che hanno coinvolto il CdS nel suo insieme.

Come presidente del CdS ho cercato di affrontare le questioni poste dalla Terza Missione a partire dal rapporto fra formazione e mondo del lavoro, cercando di evitare l’aut-aut fra un’opposizione politica di principio e l’accettazione conformista di un’agenda imposta dall’esterno. La gestione di un corso di laurea è più questione di tattiche che di strategie, dei modi in cui operare in un certo sistema di vincoli cercando, per quanto possibile, di migliorare innanzitutto la qualità della formazione degli studenti e del lavoro docente. Il lavoro di Terza Missione è partito da qui, dall’attenzione a studenti che sono cittadini e che saranno (e spesso già sono) lavoratori. Questo, nel concreto, ha voluto dire provare a pensare il percorso formativo ponendosi la questione degli usi che nella loro vita, in ambito lavorativo e non, gli studenti potranno fare del sapere antropologico che hanno appreso. Una questione che riguarda ciascuno preso singolarmente (“l’antropologia mi darà da vivere?”), ma anche la rilevanza sociale dell’antropologia nel suo insieme. Questo approccio ha consentito di stabilire un legame forte fra didattica e Terza Missione, con possibili estensioni alla ricerca, cercando così di investire la vita del CdS nel suo complesso. Non si è trattato solo di fare orientamento in uscita, ma di partire da subito, da quello in entrata e in itinere<sup>6</sup> e da una didattica in situazione che potessero orientare l’apprendimento degli studenti verso ciò che sta fuori e dopo l’università, incoraggiandoli anche a stabilire relazioni con le loro esperienze formative e lavorative, pregresse e presenti.

Si è trattato di un cambiamento di prospettiva che ha richiesto una revisione dell’assunto, spesso implicito, che fa dell’antropologo accademico il modello formativo di riferimento; modello in gran parte ideale e astratto, molto distante dalla realtà effettiva e concreta della maggior parte dei nostri laureati: pochi di fatto proseguono con un dottorato e solo una piccola parte di costoro riesce a entrare in università e ad avere una posizione strutturata. Il rischio di questo modello, quando è il solo e unico, è che chi non percorre questa strada fino in fondo si senta, e sia visto, come mancante di qualcosa. Più realistico ed efficace è il considerare una pluralità di modelli guardando alla molteplicità degli usi possibili del sapere antropologico e agli esiti effettivi (“Non pensare, guarda!” – come esortava Wittgenstein). E qui, per forza di cose, dobbiamo uscire dall’università.

---

<sup>5</sup> Rispettivamente: Alice Bellagamba, Silvia Barberani, Mauro van Aken, Claudia Mattalucci, Ivan Bargna.

<sup>6</sup> Qui diverse attività sono state messe in campo: le giornate di presentazione del CdS, distinte per matricole e per studenti del secondo anno; l’attività di tutorato svolta dai tutor del CdS (Luigi Urru e Alessandra Brivio); il progetto dipartimentale di politiche attive rivolte agli studenti seguite per il nostro CdS da Marco Traversari prima, e da Carlotta Cortona poi.

Non si tratta tanto di costruire nuovi profili professionali da aggiungere a quelli ISTAT, ma di cercare di contribuire, pragmaticamente, a porre le condizioni perché ciascuno possa provare a costruirsi il proprio. A tal fine agli studenti è stata prospettata la possibilità (dunque non l'obbligo) di pensare il proprio percorso formativo a partire dalle esperienze pregresse e dalle competenze già acquisite: altre lauree, triennali o magistrali, oppure la professione svolta (il 50% circa degli iscritti al CdS sono studenti-lavoratori o lavoratori-studenti). L'intento è stato quello di sollecitare la partecipazione e appropriazione attiva da parte degli studenti, a partire dalla compilazione del piano di studi fino alla tesi di laurea, così da costruirsi un profilo individualizzato e riconoscibile che mettesse in relazione l'antropologia con altri campi disciplinari e professionali, evitando di porsi la questione del "che fare?" solo alla fine, a giochi fatti. In quest'ottica il lavoro di tesi diviene non solo il condensato di un percorso svolto all'interno delle aule universitarie, ma l'occasione (a partire dal lavoro di campo, quando c'è) per affacciarsi sul sociale e sul mondo del lavoro, allacciando relazioni e costruendosi una competenza specifica. Non si è trattato quindi di operare sull'architettura dell'impianto formativo per adeguarlo alle richieste del mercato del lavoro ma, su una diversa scala, di favorire le condizioni affinché ogni singolo studente potesse individualmente, per quanto possibile, cercare una propria strada.

Senza imposizioni: chi si iscrive ad Antropologia a Milano-Bicocca – come risulta dalle lettere motivazionali richieste agli studenti e dai colloqui di ammissione – nella maggior parte dei casi non lo fa per avere un lavoro, ma per motivazioni puramente culturali e talvolta con il desiderio di perseguire la carriera accademica, oppure lo fa per staccare dalla quotidianità lavorativa e in aperta rottura con quanto fatto nella propria vita fino a quel momento. Motivazioni e scelte tutte libere e legittime, anche se poi molti una volta arrivati in fondo, con una certa frustrazione, si pongono la questione del lavoro che andranno a svolgere o lamentano di non riuscire a utilizzare le competenze acquisite nel lavoro che fanno. Partono in un modo e arrivano in un altro e potendo tornare indietro magari farebbero diversamente<sup>7</sup>.

Si tratta quindi di prospettare diverse possibilità, senza nascondersi la precarietà e instabilità che colpiscono i "lavoratori della conoscenza" (Bologna, Banfi 2011). Si tratta di mostrare che, oltre l'antropologia accademica, esiste anche la possibilità di un'antropologia professionale e di valorizzare gli usi utili che si possono fare della formazione antropologica, anche svolgendo un altro lavoro, riuscendo a farlo meglio. Per cominciare a offrire una visione più ricca e diversificata di quel che si può fare con l'antropologia (cosa che è poi diventata uno degli obiettivi dell'*AnthroDay*), come CdS siamo partiti dunque dallo sperimentare una didattica in situazione.

Nel 2013, dopo discussione collegiale, parte della didattica, in misura variabile secondo la tipologia degli insegnamenti e la disponibilità dei docenti, è stata rimodulata destinando una parte del monte ore ad esperienze di avviamento alla pratica etnografica in ambito lavorativo. A titolo di esempio riporto qui sotto quanto realizzato personalmente, in un periodo di cinque anni, nel mio insegnamento di Antropologia estetica<sup>8</sup>.

Nel periodo 2013-2016 gli studenti hanno avuto modo di partecipare a *Density* (Density 2018), un progetto finanziato da Fondazione Cariplo avente come capofila l'associazione Dynamoscopia, focalizzato sulla rigenerazione sociale ed economica a base culturale, con interventi

---

<sup>7</sup> I dati raccolti attraverso il Questionario di indagine conoscitiva degli studenti realizzato dal CdS nel 2022 mostrano tuttavia un significativo mutamento con un 63,5% degli studenti fra i 21 e 30 anni che dichiarano di essersi iscritti per acquisire competenze in vista di una professione a cui prepara il CdS, o per acquisire strumenti per il lavoro che già svolgono.

<sup>8</sup> Un approccio per certi versi simile è stato portato avanti anche da Mauro Van Aken nel suo insegnamento di Antropologia economica e dello sviluppo.

in tre quartieri di Milano (Giambellino-Lorenteggio; Barona-Parco Teramo; Solari-Tortona). Lavorando con abitanti, associazioni, architetti, professionisti della comunicazione, antropologi e artisti, gli studenti sono di volta in volta intervenuti in un mercato coperto rionale (a.a. 2013-2014), in un parco pubblico, cerniera fra città e campagna (a.a. 2014/2015) e in quartiere semi-centrale che da zona popolare si è trasformato in uno degli hub del design milanese (a.a. 2015/2016). Non si è trattato di simulazioni ma di esperienze di base etnografica in ambiti lavorativi reali che hanno condotto alla creazione di “prodotti” che rispondevano alle esigenze pratiche delle persone con cui si collaborava, soddisfacendo nel contempo, su un piano diverso, gli obiettivi di apprendimento posti dal docente. Così al mercato rionale del Giambellino-Lorenteggio gli studenti, dialogando con esercenti, clienti e abitanti, hanno cercato di comprendere e valorizzare i nessi fra commercio di prossimità e socialità di quartiere, tentando di capire quali fossero le condizioni che ne avrebbero potuto favorire l’intensificazione. La riflessione sulle ricadute sociali del proprio lavoro di apprendisti antropologi ha preso la forma non solo di relazioni destinate al docente, ma di banner e flyer, punti di innesco di conversazioni, da collocare nel mercato restituendo a commercianti e clienti, in modo accessibile ed efficace, quanto di potenzialmente utile era emerso. Come antropologi in formazione gli studenti apprendevano il ruolo giocato dall’esperienza sensoriale e dalle pratiche estetiche nella presentazione dei prodotti, nell’allestimento di spazi commerciali e conviviali e nella rivitalizzazione del quartiere.

Nell’esperienza condotta a Parco Teramo e nei caseggiati popolari che vi si affacciano, si è trattato invece dei creare, con il supporto tecnico di Dynamoscopio, una guida culturale a uso degli abitanti del quartiere e degli altri milanesi: la guida, intitolata *Barona Stories*, era un’app scaricabile gratuitamente che consentiva non solo di muoversi lungo percorsi tracciabili su una carta, ma di avvicinarsi alla vita sociale del quartiere attraverso la voce di chi ci vive, per cercare di promuovere una ricucitura fra parti della città adiacenti ma sconnesse<sup>9</sup>.

In tutt’altro contesto a Solari-Tortona, cuore del design e del *Fuorisalone* milanese, quartiere dove, nell’area dell’ex-Ansaldo, è sorto il Museo delle culture di Milano, gli studenti hanno collaborato con l’artista Elisabetta Consonni alla creazione di una *slow parade* a partire dalla quale far emergere contraddizioni e divergenze fra abitanti, professionisti e *city user* circa il progetto di mobilità a 30 all’ora promosso dal comune.

Nei due anni successivi il lavoro si è spostato su un altro progetto di rigenerazione urbana, quello di *CityLife*, nell’area della dismessa della Fiera di Milano, dove nascevano grattacieli, centri commerciali e un parco con opere d’arte pubblica (ArtLine) curato da Roberto Pinto. Alcune delle questioni che emergono da queste esperienze sono quelle che, in termini più generali, si pongono anche per la Terza Missione nel suo insieme, in particolare per quel che riguarda il delicato rapporto fra autonomia del sapere scientifico e utilità della conoscenza. Proprio per questo gli studenti erano stati invitati a fare un passo ulteriore: analizzare criticamente non solo il contesto, ma anche il processo, la macchina organizzativa del progetto, il sistema di relazioni entro cui si producono gli eventi e le cose che accadono, cercando di restituire agli operatori un diverso sguardo su se stessi. La valenza educativa e formativa dell’approccio, che è stata alla base di questo percorso di avviamento alla ricerca etnografica, stava soprattutto nel mettere in tensione la propria realtà attuale di studenti con quella che avrebbe potuto essere la propria professione a venire, nel pensare il proprio percorso formativo mettendo in relazione aspirazioni personali, cornici istituzionali, mondo del lavoro e realtà sociale. Il tutto nella consapevolezza dei limiti dell’esperienza condotta (tempi, competenze minime talora inadeguate, sovraccarico

---

<sup>9</sup> [http://www.jecoguides.it/it/portfolio\\_page/barona-stories-it/](http://www.jecoguides.it/it/portfolio_page/barona-stories-it/) (consultato il 27/7/2022).

organizzativo per il docente, ecc.), ma anche della precarietà che oggi caratterizza il mondo del lavoro. Così, anche per quel che riguarda la ricerca di campo, l'apprendimento più significativo non stava tanto nella realizzazione, ma nella presa di coscienza dei propri limiti, di quel che si sarebbe dovuto e che non si è potuto fare. Un imparare facendo, che consentiva anche un diverso sguardo sui testi di studio, letti a partire da esperienze di campo condotte in prima persona, in gruppo e in situazioni reali.

Queste attività, a suo tempo programmate come parte del Riesame ciclico triennale del CdS, non sono tuttavia approdate ad una ridefinizione strutturale della didattica complessiva del CdS e oggi continuano solo sulla base della libera decisione dei singoli docenti. Trovano tuttavia connessioni con altri momenti dell'offerta formativa: i tre laboratori curriculari a scelta di Antropologia visuale, di Antropologia e Mondo del Lavoro e di Etnografia; l'organizzazione di stage extra-curricolari che possono dar luogo a tesi di laurea concordate con partner esterni, le politiche attive rivolte in particolare agli studenti lavoratori non frequentanti. Tutti luoghi in cui la didattica si aggancia al mondo del lavoro e può aprirsi alla Terza Missione.

## **Orientamento in uscita, formazione permanente, società e mondo del lavoro**

Tutte queste esperienze hanno trovato nel “*World Anthropology Day* – Antropologia pubblica a Milano” il loro punto di coagulo: l'evento ha ripreso quanto maturato negli anni all'interno del CdS, dandogli una diversa collocazione, visibilità, impatto e nuove possibilità di sviluppo. Se il rapporto educativo si scioglie con la laurea, la richiesta istituzionale di fare orientamento in uscita non solo ci impone, ma anche ci consente di andare oltre, creando un affaccio sul fuori e sul dopo, fornendoci l'occasione di valorizzare la rilevanza pubblica dell'antropologia. Agganciare la Terza Missione alla formazione consente di uscire dall'università evitando di caricarci di ciò che non ci spetta: la funzione di supplenza delle politiche pubbliche che viene fatta ricadere sul sistema scolastico. E tuttavia, poiché la dimensione educativa non si limita all'istruzione e alla formazione professionale, ma si estende alla cittadinanza attiva e alla persona nel suo insieme, questo ci porta inevitabilmente oltre, debordando sulla Terza Missione.

Sotto questo profilo occorre andare al di là del solo CdS e guardare all'offerta antropologica complessiva: la presenza di insegnamenti di antropologia in altri CdS di Milano-Bicocca, le borse di Dottorato Executive che prevedono distacchi retribuiti di lavoratori in accordo con le aziende, i Corsi di perfezionamento post-laurea (a Milano-Bicocca abbiamo avuto quelli di Antropologia medica, di Antropologia delle migrazioni, di Antropologia museale e dell'arte e, prossimamente, di Antropologia urbana). Questi ultimi in particolare, proprio perché si rivolgono innanzitutto a professionisti che trovano nell'antropologia un'occasione per aggiornare o integrare la loro formazione con finalità nel contempo culturali e lavorative, consentono una progettazione flessibile su target specifici, con riaggiustamenti continui dell'offerta, favorendo rientri formativi periodici. Questi corsi possono così diventare un importante anello di congiunzione fra università e società, facendo della formazione permanente non solo uno dei luoghi della didattica universitaria, ma anche della Terza Missione: uno strumento per fare rete in ambiti sociali e lavorativi specifici. Proprio per questo nelle diverse edizioni del corso che dirigo (AMA – Antropologia museale e dell'arte) ho cercato, di promuovere una comunità che raccogliesse studenti ed ex-studenti con interessi simili e professionalità diverse, coinvolgendoli attivamente nell'*AnthroDay*. Una rete da cui sono nate, per alcuni, anche possibilità di lavoro. Queste intersezioni fra professionalità diverse che trovano nell'antropologia una zona di contatto,

anche solo temporanea o limitata a un ambito circoscritto, mi sembra possano costituire un anello di congiunzione fra antropologi universitari e professionali, società e mondo del lavoro.

Tra un insegnamento dell’antropologia che si propone di formare antropologi professionali che lavorino dentro e fuori l’università e un’“antropologia per tutti”, che prende le forme della divulgazione e dell’educazione alla cittadinanza, si colloca un campo intermedio che è quello dell’insegnamento dell’antropologia mirato alla formazione di specifiche figure professionali. A quest’ambito era stato in particolare dedicato il convegno d’apertura dell’*AnthroDay 2021 – Antropologia per non-antropologi. L’insegnamento dell’antropologia nella formazione delle figure professionali* – che, attraverso gli interventi di antropologi che insegnano alle figure più diverse (operatori sanitari, educatori, assistenti sociali, designer, artisti e militari) mirava a riflettere sul valore formativo dell’antropologia entro contesti specifici, sul ruolo di mediazione che queste figure formate potrebbero avere nel facilitare i rapporti con antropologi professionali nei luoghi di lavoro e nel diffondere una più ampia sensibilità antropologica nella società.

## **Publici e interlocutori dell’AnthroDay**

Il “World Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano” mira a creare uno spazio che coinvolga interlocutori attivi e pubblici diversificati. Ogni anno, l’*AnthroDay* comincia con un convegno (il primo si è svolto nello spazio comunale della Fabbrica del Vapore e i successivi in Bicocca) e si chiude con una Festa dell’Antropologia pubblica che si tiene in un luogo significativo della città: il locale Ex-Cisterne della Fabbrica del Vapore (spazio comunale destinato a mostre, intrattenimento, eventi culturali e sede di associazioni culturali e artistiche); *Presso*, uno spazio privato attrezzato con diverse cucine e soggiorni, a metà fra ambiente domestico e ristorante, situato in zona Sarpi, la Chinatown milanese; la casa degli artisti di Milano (ma con partecipazione del pubblico a distanza, causa Covid-19); infine, *BASE* Milano, polo creativo situato negli spazi dell’Ex-Ansaldo in zona Tortona, uno dei quartieri del design e della moda milanese. In un’ognuna di queste occasioni un ruolo centrale è stato giocato dalle performance di artisti scelti in base alla loro prossimità rispetto a questioni di interesse antropologico, non per offrire un semplice intrattenimento, ma per continuare a riflettere, con modalità diverse, sull’intersezione fra saperi e linguaggi diversi: il Teatro degli incontri (2019), Isabella Mongelli (2020), Yuval Avital e Stefania Ballone con danzatrici e solisti del Teatro alla Scala (2021), Francesca Marconi con i *Sambos de Corazon* (2022).

Tanto il convegno iniziale, quanto quello finale vogliono essere momenti di riunione e condivisione fra tutti i partecipanti all’*AnthroDay*, anche se di fatto attraggono pubblici, almeno in parte, diversi.

Se l’*AnthroDay* nel suo insieme è volutamente centrato su Milano, i convegni hanno invece coinvolto antropologi e non, provenienti da tutta Italia. In un caso come nell’altro, la limitazione all’area metropolitana o nazionale sono state volute per stringere su problemi e poste in gioco condivise che consentissero riflessioni con ricadute operative.

Oltre al già citato *Antropologia per non-antropologi. L’insegnamento dell’antropologia nella formazione delle figure professionali* (2021), gli altri convegni sono stati: *Mai da soli almeno in due. Il saper-fare che nasce dalla collaborazione* (2022), *Saper fare insieme. Antropologi nel sociale e nel mondo del lavoro* (2020), *Il volto pubblico dell’antropologia* (2019). Tematiche connesse da un chiaro filo conduttore (la concretezza del lavoro, le potenzialità e i limiti delle collaborazioni, le ricadute concrete dell’antropologia) cercando di variare le tipologie di persone portate al tavolo: rappresentanti delle associazioni degli antropologi, assessori e dirigenti del

Comune di Milano, imprenditori, antropologi che lavorano in ambiti diversi ed i professionisti che lavorano con loro. Nell'ultima edizione un cambiamento significativo è stato quello di passare da antropologi che riferivano delle esperienze fatte con altri, al far dialogare in diretta team interdisciplinari di progetto.

Gli ambiti toccati sono stati: servizi sociosanitari e socio-pedagogici, migrazioni, turismo, arte, design, mondo militare, giuridico, vulcanologia, biologia computazionale, economia della cultura, trasformazioni urbane, scouting editoriale, patrimonio culturale. Alcuni sono campi frequentati abitualmente agli antropologi, altri decisamente meno. Intento dell'*AnthroDay* è proprio quello di cercare di far emergere quei terreni di collaborazione meno scontanti che possano aprire nuove possibilità.

Fra il convegno e la festa, due momenti che in maniera diversa mirano a creare senso di comunità fra tutti coloro che partecipano all'*AnthroDay*, si collocano i circa quaranta eventi che ogni anno si distribuiscono su tutta la città, dalle periferie al centro, nei contesti in cui le esperienze sono state condotte o dove si intende realizzarle. Luoghi che sono quindi vicini alle persone coinvolte, o con le quali si desidera allacciare rapporti: ciò che viene detto o fatto è in stretta relazione con ciò che gli sta intorno in modo che sia riconoscibile e familiare al "pubblico" che si vuole attrarre. Possono essere persone interessate all'antropologia, oppure a un determinato tema o, ancora, persone che direttamente o indirettamente sono state coinvolte nei progetti svolti sul territorio e che, quindi, sono tanto attori quanto pubblico.



La distribuzione degli eventi dell'AnthroDay nella città di Milano, in blu l'edizione 2019, in giallo quella 2020 (autore: Francesco Vietti)

Se in termini generali il pubblico è la cittadinanza nel suo complesso, milanese e non, compresi coloro che non si sono mai avvicinati all'antropologia, e quindi un insieme molto variegato ma generico, di fatto poi ciascun evento raccoglie pubblici che possono essere anche molto specifici e non necessariamente comunicanti fra loro, come quelli interessati a partecipare a un laboratorio radiofonico per bambini; a discutere di *business anthropology*, di aborto, di cancro

e musicoterapia; a giocare ai videogame con un antropologo, ad hackerare una Barbie oppure un monumento divisivo e controverso. Questa eterogeneità è il risultato voluto di un programma che poggia su proposte indipendenti, ciascuna delle quali ha una propria storia e che non hanno molto spesso rapporti fra loro; questo, come si diceva, per mostrare la grande e spesso imprevedibile diversità delle applicazioni dell’antropologia che, ben più di quanto sembri, si dimostra essere presente dappertutto. Scopo dell’*AnthroDay*, tuttavia, non è solo quello di dare visibilità a ciò che già esiste, ma anche quello di fare comunità fra tutti i partecipanti, proponenti e pubblico, incoraggiandoli a entrare in relazione gli uni con gli altri. La distribuzione degli eventi sulla mappa di Milano vuol essere anche un invito a costruire il proprio personale percorso in città, muovendosi fisicamente o virtualmente da un luogo all’altro e mettendoli in relazione fra loro. Questo tuttavia non sempre avviene.

Talora si ha l’impressione che i proponenti dei singoli eventi, che perlopiù sono gruppi e non individui, colgano opportunamente nel contenitore “brandizzato” dell’*AnthroDay* un’occasione di visibilità, ma poi tendano a riferirsi alla propria cerchia ristretta, facendo ciò che avrebbero potuto fare anche da soli. Qualche volta sembra mancare una consapevolezza piena del contesto più ampio entro cui gli eventi si collocano e dei vantaggi che questo può offrire, riducendo così le ricadute dell’iniziativa.

Per cercare di ovviare a questo problema, il team dell’*AnthroDay* ha cercato di assicurare la presenza di un tutor a ogni singolo evento (perlopiù dottorande/i del Dottorato di Antropologia culturale e sociale di Milano-Bicocca) che, oltre a svolgere funzioni di assistenza e supporto, presentano brevemente l’*AnthroDay* e “marcano” simbolicamente lo spazio, con video d’apertura, locandine, magliette, *pins* e realizzano foto, video e brevi testi da postare on line e poi da archiviare così rendendo visibile l’interconnessione delle parti e creando una continuità storica che unisca un’edizione alla successiva. La stesura di brevi report sullo svolgimento degli eventi consente poi di discutere con gli organizzatori dei singoli eventi quelle che sono le criticità e i punti di forza, in modo da migliorare l’organizzazione e intensificare i rapporti. Dal lato dei dottorandi è un’occasione per accrescere le proprie competenze trasversali ed estendere le proprie relazioni (dove possibile i tutor sono distribuiti sulla base dei loro interessi di ricerca) anche attraverso la realizzazione di propri eventi.

Attivamente presenti, sia nel lavoro organizzativo che con proprie proposte, sono stati anche gli studenti del CdS di Scienze Antropologiche ed Etnologiche che possono in questo modo assolvere, se lo desiderano, ai 4 CFU dei laboratori previsti nell’offerta formativa. La loro partecipazione è però frenata dalla rigidità della data dell’evento, che cade nel periodo in cui gli studenti sono impegnati nella preparazione degli esami e dalle difficoltà che l’esporsi pubblico comporta. Prevedere delle attività di ricerca gruppo all’interno dei corsi, con l’obiettivo esplicito di una loro presentazione durante l’*AnthroDay*, potrebbe facilitare la loro partecipazione, distribuendo il lavoro lungo l’anno e dandogli la prospettiva di una finalizzazione concreta.

Al fine di coinvolgere pubblici diversi dal punto di vista sociale, culturale, generazionale si sono evitate (tranne che per il convegno iniziale) modalità di comunicazione frontali, raccogliendo tutte le proposte sotto tre rubriche: incontri, laboratori e passeggiate etnografiche. Negli incontri prevalgono conversazioni che coinvolgono il pubblico nel dialogo con gli organizzatori; nei laboratori viene in primo piano la dimensione esperienziale del fare e del coinvolgimento corporeo; nelle passeggiate, antropologi e persone a vario titolo esperte dei luoghi da percorrere, fanno da guida, dando uno sguardo diverso su realtà già note oppure ignote per quanto vicine. A essere privilegiata è dunque la dimensione interattiva e informale per ridurre diffidenze, accorciare le distanze e favorire l’accessibilità, facendo tuttavia molta attenzione a che l’*edutainment*

non scada nel semplice *entertainment*. Per un quadro complessivo non solo degli eventi ma della rete variegata di associazioni, ONG, professionisti e istituzioni che li promuovono, rimando ai programmi dettagliati reperibili sul sito dell'*AnthroDay*, ma è qui opportuno fornire qualche esempio, in particolare per passeggiate e laboratori.



Passeggiata etnografica nel Parco delle Sculture di *ArtLine* nel quartiere di *CityLife*, *AnthroDay* 2019 (autore: Università di Milano-Bicocca)



*Migrantour* via Padova, *AnthroDay* 2022 (autore: Cinevan, Milano)



*Migrantour* via Sarpi, Giardino Comunitario Lea Garofalo, *AnthroDay* 2022 (autore: Cinevan, Milano)

La passeggiata, il camminare insieme, è una modalità partecipativa d’esplorazione dei luoghi che, già ampiamente praticata dagli artisti (Careri 2006) è stata ripresa anche da alcuni antropologi per valorizzare le implicazioni relazionali dello stare fianco a fianco e non solo faccia a faccia (Ingold 2008). A venire in primo piano è la dimensione multisensoriale del corpo in movimento con focalizzazioni che variano di volta in volta: un tour nel quartiere Bovisa-Lancetti per riflettere sul ruolo del design partecipato nella rigenerazione delle periferie (FOTO 6); i *Migrantour* svolti nei quartieri Sarpi e in via Padova) in cui accompagnatori interculturali attraverso narrazioni e incontri, illustrano il contributo che le migrazioni hanno dato alla creazione del patrimonio culturale urbano (Vietti 2018); una “camminata polifonica” a S. Siro, in cui il teatro di strada degli abitanti o le storie di un portinaio diventano possibili chiavi d’accesso al quartiere; il passeggiare insieme, con curatori e antropologi, a *CityLife* (uno dei quartieri dei nuovi grattacieli di Milano) per discutere insieme sulla funzione sociale dell’arte contemporanea nello spazio pubblico; percorrere i bunker sotterranei della Breda per fare memoria della guerra attraverso voci, testimonianze, immagini e paesaggi sonori; fare una passeggiata sonora per Milano con auricolari o cuffie per riflettere sui modi in cui playlist e podcast, quando camminiamo, mediano il nostro rapporto con lo spazio urbano e le persone; discutere dell’uso delle mascherine sanitarie (e più in generale delle maschere) bighellonando nelle vie dello shopping con un medico e un antropologo.



*Sentieri Urbani: design e antropologia in cammino, AnthroDay 2022 (autore: Cinevan, Milano)*

Anche i laboratori sono basati su attività pratiche e condivise; se qualche volta vengono pensati appositamente per l'AnthroDay, in altri casi sono invece funzionanti tutto l'anno: laboratori con persone con disabilità, designer, ingegneri, artigiani, operatori sociosanitari, antropologi che co-progettano e fabbricano digitalmente oggetti d'uso comune, personalizzati, a basso costo e *open source*; laboratori sui valori e le scelte che orientano l'acquisto di cibo, combinando gioco e analisi di casi etnografici; laboratori sul ruolo delle competenze culturali nella formulazione di strategie d'immagine e di affari; sulle percezioni e rappresentazioni del clima che cambia, al fine di creare una cassetta degli attrezzi che consenta di pensare la crisi climatica nei contesti locali; laboratori di giardinaggio con lavoratori detenuti che, in qualità di tutor, mostrano il ruolo del lavoro svolto nei vivai nel percorso di detenzione del carcere di Bollate; partecipare a una seduta di allenamento con i giocatori del *St. Ambroeus FC*, la prima squadra di calcio di richiedenti asilo affiliata alla Federazione Italiana Gioco Calcio, per comprendere come l'inclusività possa concretamente realizzarsi nella pratica di gioco; una riflessione giocata sui rapporti fra videogiochi e violenza condotta all'interno della Forgia degli Eroi, una caffetteria dedicata al mondo ludico.



LAC, Laboratorio di Antropologia del Cibo, quartiere Giambellino-Lorenteggio, *AnthroDay* 2022 (autore: Cinevan, Milano)

Se le passeggiate e i laboratori proposti dall'*AnthroDay* Milano hanno una specificità, questa credo stia nel proporre esperienze non collocate nello spazio separato di un festival, ma che consentono l'accesso a realtà radicate nel territorio, con la possibilità di una prosecuzione, per chi lo voglia, anche nel resto dell'anno. Anche se questa formula sembra funzionare, molti sono i limiti e i margini di miglioramento: se l'obiettivo è quello dell'inclusività sociale, occorre però constatare che il pubblico coinvolto, in molti degli eventi, è composto in buona parte da laureati (a dichiarare un diploma di scuola media inferiore o superiore e il 18,5% degli iscritti agli eventi dell'edizione 2022). Anche il dato di chi si dichiara imprenditore (6,7%) è ancora decisamente basso rispetto alle attese. Molti sono quelli che lavorano (44,7%) tra cui fortemente rappresentati sono coloro che lavorano nel settore sociosanitario (27,9% di chi dichiara di avere un impegno) e gli insegnanti (22,3%). Il 10,8% lavora invece nell'ambito della comunicazione. Dati tuttavia che potrebbero mutare sensibilmente, di anno in anno, in rapporto alle tipologie di eventi presentati. La partecipazione delle fasce sociali con più basso livello di istruzione, si concentra laddove si tratta di progetti realizzati sul territorio che li hanno personalmente coinvolti.

Per quel che riguarda la provenienza geografica, si tratta di un pubblico prevalentemente milanese e lombardo, con qualche partecipazione da Piemonte, Veneto ed Emilia-Romagna. La presenza media stimata nel corso delle quattro edizioni è stata di 1.500 persone circa; ovviamente la pandemia (edizione 2021 integralmente on line e quella 2022 in modalità mista) rende

complicato fare bilanci e individuare linee di tendenza<sup>10</sup>. A questo si aggiunge la struttura decentrata dell'evento che disperde il pubblico sul territorio rendendo difficile ridurre il gap fra pubblico ipotizzato e reale; il breve questionario proposto all'atto dell'iscrizione agli eventi appare insufficiente e viene spesso bypassato accedendo direttamente agli incontri. Quello che soprattutto manca è però una ricerca etnografica dei pubblici dell'*AnthroDay* con cui oltrepassare il dato meramente statistico e comprendere da più vicino l'esperienza di chi partecipa. Una lacuna cui si potrebbe almeno in parte sopperire con tesi di laurea, ma la questione è molto più ampia: è quella dei possibili punti di innesto che la Terza Missione offre alla ricerca.

## **L'*AnthroDay* come piattaforma d'interazione**

Come si diceva, gli eventi in città non sono ideati e organizzati centralmente dal team dell'*AnthroDay*, ma costituiscono le risposte alla *call* lanciata ogni anno a inizio ottobre. La funzione del team, senza alcun approccio direttivo, è sostanzialmente quella di promozione, coordinamento, raccordo. Non vi sono costi d'adesione, così come gratuita è la partecipazione agli eventi da parte del pubblico, ma non vengono dati supporti finanziari alle singole iniziative che sono concepite e devono essere realizzate in autonomia. Il team *AnthroDay*, quando è il caso, interviene a supporto per meglio precisare e formalizzare le proposte e poi successivamente, in caso di problemi organizzativi e logistici. Tutti coloro che lavorano nel team dell'*AnthroDay* lo fanno a titolo volontario, o perché parte dei propri compiti istituzionali. Il lavoro è ripartito sulla base dei ruoli, delle competenze e della disponibilità di tempo di ciascuno; anche se l'inquadramento istituzionale implica un assetto gerarchico (di qui il mio ruolo di direttore e coordinatore), le modalità di lavoro sono di tipo collaborativo con ampi spazi di autonomia lasciati a ciascuno. Fino al 2021 il team si è stato composto da persone a vario titolo tutte afferenti a Milano-Bicocca ma, a eccezione di chi scrive, non incardinate dentro l'Università (studenti, dottorandi, assegnisti, ricercatori a tempo determinato). Questo costituisce sempre più un problema: perché il volontariato non si può protrarre a tempo indefinito e perché le prospettive di carriera di ciascuno possono portare altrove rendendo difficile o impossibile il poter restare dentro l'*AnthroDay*. Il rischio è quello di disperdere competenze sviluppate nel lavoro di anni, indebolendo la solidità di quanto costruito. Per far fronte a queste difficoltà, come accennerò nella conclusione di questo articolo, sarà probabilmente necessario un ripensamento della formula e della struttura organizzativa dell'*AnthroDay*.

Se la gratuità è stata, almeno fino a oggi, un elemento fondamentale, cosa che ha consentito di realizzare un evento complesso con un budget ridotto (9.000 euro accordati da Rettorato, Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione e Scuola di Dottorato che coprono le spese di convegno, comunicazione ed evento finale) questo non vuol dire che chi partecipa non persegua, del tutto legittimamente, dei propri interessi. C'è chi è riuscito in qualche caso a trovare lavoro o clienti e nuove possibilità di collaborazione. Fondamentale è che tutti possano avere un ritorno di un qualche tipo, materiale o immateriale. L'alto numero di eventi organizzati ogni

---

<sup>10</sup> Nell'ultima edizione, 2022, le iscrizioni agli eventi, gratuite ma obbligatorie sono state raccolte on line consentendo, grazie al lavoro di Ilaria Bonelli, una profilazione dei partecipanti; i dati sono tuttavia molto approssimativi in quanto molti dei partecipanti si sono presentati direttamente passando da rapporti diretti con gli organizzatori dei singoli eventi. Di contro le iscrizioni on line (2395 iscrizioni ai singoli eventi) non corrispondono alle presenze effettive che stimiamo inferiori del 30%.

anno (trenta nel 2019, quaranta nel 2020 e 2021, trentanove nel 2022) con diverse nuove entrate, ma anche con molti ritorni, conferma un interesse costante e duraturo.

Da parte nostra non c'è alcuna indicazione prescrittiva in merito ai contenuti delle proposte, ma vengono tuttavia fissati alcuni vincoli che fanno da minimo comune denominatore e marcano la specificità dell'evento nel suo insieme: 1) il presentare proposte che vedano sempre la presenza di antropologi/e, ma mai da soli, che propongano esperienze di collaborazioni con altri studiosi, professionisti, associazioni, istituzioni, cittadini; 2) che le proposte si riferiscano a esperienze che siano nate, approdate o transitate per Milano mettendo la città in connessione con altre realtà.

In termini generali i presupposti sono quelle di una valorizzazione del lavoro antropologico fatto fuori dall'università e del riconoscimento dell'antropologia professionale sia nella sua autonomia che nella sua funzione di mediazione fra università, società e mondo del lavoro. A questo proposito sono state in particolare coinvolte sia la Società Italiana di Antropologia Applicata che l'Associazione Nazionale Professionale Italiana di Antropologia, i cui rappresentanti nel 2019 sono stati invitati a partecipare al convegno di apertura (*Il volto pubblico dell'antropologia*) e che hanno contribuito con proprie iniziative all'*AnthroDay* (l'inaugurazione nel 2019 dello sportello informativo di ANPIA). Peraltro, diversi membri del team *AnthroDay* sono anche soci dell'una e/o dell'altra associazione.

Quello dell'*AnthroDay* è un terreno su cui fare non solo antropologia pubblica, ma negoziare e rimodellare, in maniera partecipativa, l'immagine e percezione pubblica dell'antropologia, nel punto d'incrocio fra auto – ed etero – rappresentazioni, fra le immagini che antropologi/e danno di sé e quelle veicolate dai media e sedimentate nel senso comune.

È proprio per questo che l'*AnthroDay* ha cercato non solo di proporre contenuti ma anche esperienze e laboratori condotti attraverso una varietà di media: radio, scritture, editoria, fotografia, film, internet, teatro, danza, performance artistica, giochi e videogame ecc., senza cedere alla spettacolarità e all'intrattenimento. Si tratta da un lato di utilizzare diversi linguaggi e registri comunicativi, calibrandoli di volta in volta in rapporto a temi e persone e dall'altro riflettere su come, a partire dal pubblico, noto o ipotetico, che si vuol raggiungere si scelgano media e linguaggi che anticipano e selezionano i pubblici avvicinabili.

Da questo punto di vista l'evento diventa il luogo dove provare a negoziare gli stereotipi che ancora circondano la figura dell'antropologo/a, fornendo occasioni concrete per comprendere come lavorino e quali usi si possano fare dell'antropologia. Anche se le cose stanno cambiando, l'immagine socialmente e mediaticamente più diffusa della figura dell'antropologo è probabilmente ancora quella legata all'esotismo di terre lontane e al salvataggio di culture in via di estinzione; lo stereotipo è per buona parte dell'opinione pubblica quello di Indiana Jones, che per altro era un fanta-archeologo; occorre constatare che una buona parte dei film che ritraggono l'antropologo, rientrano nel genere horror, facendone una figura eroica di mediazione con un'alterità aliena (Weston *et al.* 2015). In molti casi nessuno sa esattamente cosa facciano gli antropologi/e e quale contributo possano portare.

Anche dal lato dell'antropologia per altro, il modello unico o dominante dell'antropologo accademico contribuisce a falsare la percezione della realtà nella sua diversità effettiva, ponendo una rigida distinzione binaria fra scientificità in purezza e divulgazione spuria. Ci sono molti modi di fare antropologia, il che non vuol dire che siano fra loro equivalenti e intercambiabili quanto ai risultati che producono, ma solo che non ce n'è uno che per definizione sia il migliore in tutte le occasioni. L'*AnthroDay* vuole dunque contribuire alla decostruzione di stereotipi dif-

fusi e promuovere una visione del lavoro degli/delle antropologi/e più aderente a quello che oggi effettivamente fanno.

Di qui la selezione a maglie larghe delle proposte che arrivano in risposta alla *call*: da un lato occorre garantire un livello qualitativo minimo (che chi si dichiara antropologo/a sia effettivamente tale) perché non si generino pericolosi fraintendimenti a danno di tutti, dall'altro si vuole fornire un quadro dell'antropologia reale e non solo ideale, in tutta la sua diversità. Le domande di partecipazione quindi vengono vagliate dal team dell'*AnthroDay* non sulla base del requisito accademico della "scientificità", ma di quello di un percorso antropologico formativo e/o professionale riconoscibile e del carattere socialmente rilevante della proposta avanzata.

Che oggi occorra sperimentare nuovi media e linguaggi non vuol dire arrendersi alle dinamiche della società della comunicazione (seduzione del marketing, intrattenimento propizio al consumo, *gamification* efficientista delle prestazioni): questo è richiesto non solo dalla disseminazione a valle del sapere, ma dalla sua produzione a monte, dalla costruzione stessa di relazioni significative sul campo. Da questo punto di vista l'*AnthroDay* si presenta allora e nel contempo come terreno di Terza Missione e di ricerca, evidenziando anche in questo caso la necessità e opportunità di creare collaborazioni con esperti di comunicazione (scelti accuratamente), che siano antropologi o no. Di qui le collaborazioni con designer, videomaker, fotografi, esperti ICT (Ingold 2019a; 2019b; Bargna, Santanera 2020; Di Prete *et al.* 2021).

Il perdurare degli stereotipi che almeno in parte imbrigliano ancor oggi la figura dell'antropologo/a non esaurisce tuttavia lo spazio, l'influenza e possibilità di impatto dell'antropologia nella sfera pubblica. In realtà occorre prendere atto della diffusione, nella vita sociale e nel senso comune, di una certa "sensibilità antropologica", così come di certe nozioni chiave del sapere antropologico. Basti guardare ai richiami sempre più frequenti, in molti ambiti professionali, alla pratica etnografica e agli usi sociali della nozione di "cultura" che sono alla base di molti dei processi odierni di creazione del valore immateriale delle merci, derivante non tanto dal lavoro e dai costi di produzione (come per l'economia industriale), ma dalla circolazione degli oggetti da uno spazio simbolico all'altro (Boltanski, Esquerre 2017).

La comprensione della diversità culturale è la chiave per poter far fronte in modo efficace e socialmente sostenibile ai processi di cambiamento e innovazione. La nozione antropologica di cultura, oggi e da tempo, è una nozione che è entrata (con deformazioni e semplificazioni) a far parte del senso comune, acquisendo una rilevanza sociale, politica ed economica sempre maggiore. Gli antropologi/e hanno spesso reagito facendo un passo indietro, giudicandola ormai inservibile, ma in realtà la sua penetrazione pervasiva nel sociale apre loro grandi spazi di intervento.

Una presenza che è più intensa e visibile in certi ambiti: nelle politiche culturali (diplomazia culturale e *soft power*) e nelle politiche del riconoscimento dei gruppi sociali marginali; nella progettazione e implementazione di prodotti e servizi modellati su target culturalmente diversificati; nelle forme della cultura di massa che si costruiscono nelle pratiche di consumo; nell'importanza delle industrie culturali e creative e del design di prodotti e servizi che valorizzano la diversità e specificità culturali e nella più generale culturalizzazione dell'economia sempre più centrata sul valore simbolico e culturale dei beni prodotti; nei progetti di sviluppo economico e rigenerazione territoriale che fanno del tessuto culturale la condizione e il catalizzatore dei processi che promuovono; nelle politiche nazionali e transnazionali di patrimonializzazione della cultura materiale e immateriale; nelle connessioni sempre più strette fra mondo dell'arte, sistema della moda e diversità culturale; nel mondo del marketing e della pubblicità; nell'economia del turismo culturale; nel mondo sanitario, per la comprensione dei diversi orizzonti culturali

degli utenti e delle proprie pratiche di cura; nei servizi sociali e amministrativi che devono interagire con una utenza plurale; nella comprensione simbolica, culturale e sociale degli squilibri ambientali ai fini della loro gestione efficace e sostenibile.

I travisamenti, le banalizzazioni e gli usi strumentali che accompagnano questo processo di diffusione e libera appropriazione della nozione antropologica di cultura non vanno semplicemente denunciati chiamandosi fuori: indicano la presenza di un terreno fertile, di bisogni e domanda di sapere e competenze sostanzialmente inappagati. L'assunto da cui nasce l'*AnthroDay* è proprio quello dell'esistenza di uno sfasamento, sia nel mondo del lavoro che più in generale nel sociale, fra domanda e offerta di competenze antropologiche; la convinzione che esista una domanda sociale di antropologia diffusa ma largamente implicita, che resta sottotraccia, che non viene articolata ed espressa per mancanza di una chiara consapevolezza e perché non si sa a chi rivolgersi.

Si tratta allora di creare le condizioni per promuovere una formazione antropologica di base che diventi sapere comune e condiviso, che passi non solo dal sistema scolastico ma anche da occasioni di apprendimento collettivo incorporate (*embedded*) nella vita sociale e lavorativa. L'insegnamento dell'antropologia (e il lavorare con antropologi/e) consente di sviluppare uno stile di pensiero che coniuga sguardo olistico e capacità di aderire a situazioni concrete, sensibilità al contesto e distanziamento critico, rigore e immaginazione. Un pensiero divergente che permette l'acquisizione di nuovi punti di vista su situazioni date per note, favorendo la cittadinanza attiva e la soluzione di problemi in contesti di cambiamento, attraverso pratiche partecipative.

## ***AnthroDay* nella città degli eventi**

Perché Milano? Banalmente, perché Bicocca sta lì e non altrove. Ma questo ovviamente non può essere tutto. La decisione di centrare l'*AnthroDay* su Milano muove da una scelta consapevole: 1) garantire un solido radicamento territoriale evitando la genericità dei tanti festival culturali la cui proposta potrebbe essere portata li-come-da-qualsiasi-altra-parte, con località scelte sulla base della loro attrattività turistica e di progetti di marketing territoriale; 2) lavorare sulle peculiarità di Milano, ma anche farne una città-laboratorio che possa costituire un esempio (senza per questo volerne fare un modello) almeno parzialmente trasferibile altrove.

Trovare così tanta antropologia applicata in uno spazio circoscrivibile e percorribile accresce la possibilità di interazione e potenzia l'effetto, ma senza che tuttavia si corra il rischio di una chiusura localistica perché Milano, metropoli attrattiva e aperta sull'esterno, per la sua storia, collocazione geografica e vocazione (post)industriale, commerciale e finanziaria è una città con una forte apertura tanto nazionale che internazionale. Proprio per questo nel porre il vincolo territoriale di Milano (la città metropolitana e non solo il comune) lo si pensa in termini di percorsi e traiettorie: esperienze, come già si diceva, che partano, arrivino o transitino da Milano.

Quel che chiamiamo “cultura” e quel che chiamiamo “città” si profilano entro una molteplicità aperta di situazioni, spesso divergenti e contraddittorie, di cui nessuno possiede un panorama completo (Hannerz 1992): si tratta del convergere e del confliggere di network o comunità di pratiche, più o meno stabili o effimere, che disegnano la città come un *taskscape*, un insieme di attività che sono fra loro almeno in parte interconnesse (Ingold 1993). Al modello stanziale della “radice” e dello sviluppo radiale (quello delle società agricole e delle nostre città storiche) si sostituisce la metafora dell’“ancoraggio” (Agier 2015: 155): un abitare multilocale fatto di arrivi e partenze e di esistenze distribuite in una molteplicità di luoghi che sono anche quelli di

brevi soggiorni o di protratta precarietà. Oggi la città può essere meglio pensata, a partire dagli spazi di transito, leggendo le pratiche di residenza a partire da quelle di mobilità, insediamento e occupazione, che si tratti delle traiettorie dei migranti agli spostamenti della *business class* (Clifford 1999; Urry 2007).

Quel che abbiamo detto per lo spazio vale anche per la temporalità dell'evento: la concentrazione di tante iniziative diverse in un tempo ridotto è una caratteristica peculiare della forma-evento che potenzia l'effetto di ciò che è portato all'attenzione pubblica; da questo punto di vista, il fatto che vi siano sovrapposizioni nella programmazione degli appuntamenti (cosa inevitabile) non è semplicemente un difetto: l'impossibilità di poterli seguire tutti, la "sovraabbondanza", è un tratto costitutivo di ogni evento che «presuppone sempre nel momento in cui avviene la sua inesauribilità e subito dopo l'immediata cessazione [...] bisogna sempre essere costretti a una scelta» consentendo la percezione delle sue «potenzialità inesaurite» (Francesconi 2021: 60).

I 149 eventi delle quattro edizioni dell'*AnthroDay* Milano mostrano una realtà variegata e complessa. Personalmente una delle chiavi di lettura che ho privilegiato è stata quella di guardare all'ambito delle cosiddette industrie culturali e creative. Un'attenzione che deriva non solo dai miei interessi di antropologo dell'arte, ma anche da alcuni tratti caratteristici della Milano odierna e, più in generale, della società della conoscenza e del capitalismo post-fordista. Il che non vuol dire farne un tratto esclusivo: Milano è anche altro (Pozzi 2020; Rimoldi 2018), ma da quest'angolazione prospettica si possono mettere a fuoco alcune dinamiche che non sono settoriali, ma di sistema. Proprio per questo mi sembra opportuno fare alcune considerazioni di carattere più generale perché la dimensione contestuale dell'*AnthroDay* si coglie non solo negli immediati dintorni, ma nella connessione fra diversi ordini di scala.

Si tratta di trasformazioni che si giocano in gran parte sul terreno della "cultura", che si configura oggi come una delle zone di contatto e frizione fra antropologia, società e mondo del lavoro, facendone un terreno di intervento ineludibile: se le industrie culturali non esauriscono la cultura in senso antropologico, vi si alimentano e contribuiscono a formarla. In questo contesto la cultura funge da moltiplicatore di valore: richiamandosi alla cultura, si promette la possibilità di fare esperienza di un mondo (Pine, Gilmore 2000). Qualsiasi aspetto dell'esperienza e della realtà, proprio perché posto sotto il segno della cultura in senso antropologico, può allora candidarsi a merce ed essere eventualmente immesso nel mercato.

Secondo i dati di Unioncamere e Fondazione Symbola aggiornati al 2020 (si tratterà poi di vedere poi quali saranno gli effetti della pandemia sul medio-lungo periodo), Milano è la prima città in Italia per incidenza della cultura sull'economia, sia in termini di occupati (il 10%) sia per quanto riguarda il valore aggiunto (9,6 %). Secondo alcune stime circa un terzo della forza lavoro sarebbe direttamente o indirettamente impiegato in questi ambiti (Bonomi 2012). Gran parte della reputazione internazionale di Milano poggia oggi su moda e design (Codognola 2016; d'Ovidio, 2015).

Milano come molte altre città nel mondo ha cercato di uscire dalla crisi del modello industriale reinventandosi come "città creativa" (Landry 2000; 2009; Florida 2003), trovando nel nesso fra creatività e cultura uno strumento di rigenerazione urbana, che muove investimenti immobiliari e innesca processi di gentrificazione. Si tratta di fare della città un brand attrattivo su scala globale per le peculiarità locali del suo "stile di vita" (Rolando 2014). Moda, design, cibo e, in minor misura, arte sono i settori creativi che a Milano guidano un più generale processo di culturalizzazione dell'economia che accresce «il valore simbolico e culturale di segmenti di produzione di beni e servizi finora estranei a questo ambito [...] così che non si può fare una

netta distinzione fra cuore e periferie del sistema sempre meno culturali» (Symbola 2015: 22-23).

In questo contesto la “creatività culturale”, più che un talento individuale confinato all’ambito lavorativo, diventa la proprietà emergente di un *milieu* urbano aperto alle differenze, humus propizio all’innovazione produttiva e alla creazione di consumi diversificati. Messa al servizio dell’economia, la “creatività culturale” diviene sinonimo di “innovazione”: complessità, diversità, tolleranza, libera circolazione e un certo grado di disordine, si rivelano funzionali allo sviluppo economico e al profitto, nella misura in cui consentono di assumere più punti di vista per leggere i cambiamenti in corso, di ricombinare idee note in maniera inedita, di ottenere performance migliori.

Qui le competenze antropologiche possono trovare ampi spazi d’applicazione pur nella consapevolezza critica del divario esistente fra responsabilità pubblica e utilità professionale, fra la dimensione agita e incorporata della cultura collettiva e processualità tecnico-operativa della cultura progettata: non separabili, ma mai coincidenti. La cultura non si riduce ai “giacimenti culturali” da mettere a frutto, a *storytelling* e immagini edulcorate, a risorse economiche da tutelare e neppure a una piacevole “atmosfera” propizia allo svago e agli affari.

L’affermarsi di una “classe creativa” tuttavia va di pari passo con il carattere sempre più precario e mal pagato del lavoro creativo e con la crescita del numero dei lavoratori generici che forniscono le infrastrutture materiali indispensabili a questa nuova economia: il risultato non è quello di una “creatività democratica”, ma un aumento delle disuguaglianze sociali (Sassen 2010: 98-99). Credo che oggi siamo chiamati ad abitare questa contraddizione – aprire a nuove opportunità di lavoro e mantenere un approccio critico – senza poterla sciogliere.

Quanto detto a proposito della “città creativa” tocca l’*AnthroDay* da vicino: per quanto le proposte che ospita vadano nelle direzioni più diverse, possano apparentemente non avere punti di contatto con le dinamiche della città-vetrina o vi si oppongano apertamente, di fatto finiscono con l’entrarvi nel momento in cui vengono presentate attraverso il format comunicativo dell’evento.

Anche se l’*AnthroDay* Milano non è e non vuol essere un festival culturale e tanto meno un “grande evento”, occorre aver presente il panorama dentro il quale va a inserirsi e viene percepito: il fenomeno, tipicamente italiano, della nascita e diffusione, a partire dal 2004, dei festival culturali. Anche in ambito antropologico esempi interessanti e di successo, come i “Dialoghi sull’uomo” di Pistoia e il “Festival dell’Antropologia” di Bologna, non mancano. Il merito di quest’ultimo mi sembra stia soprattutto nell’essere un’iniziativa promossa da studenti, quello del primo, organizzativamente molto più strutturato, di portare tematiche antropologiche a un pubblico nazionale. Si tratta tuttavia, nei due casi di un approccio piuttosto convenzionale, trattandosi sostanzialmente di lezioni e dialoghi con l’aggiunta di eventi collaterali (spettacoli, concerti, performance, ecc.).

Quel che mi sembra costituire la specificità dell’evento milanese è il tentativo di integrare saperi teorici e saper-fare sul piano delle concrete esperienze realizzate sul territorio. Questo ne fa l’originalità e solidità, ma ne segna anche il limite: una struttura organizzativa e comunicativa non-professionale; un budget molto ridotto; assenza di supporti privati e pubblici effettivi (solo simbolico, per quanto importante, il patrocinio del Comune di Milano); un pubblico limitato nei numeri (1.500 persone circa ad ogni edizione) con prospettive di crescita lente, proprio perché non si tratta di fare audience, ma di promuovere un coinvolgimento fattivo. Significativamente la maggioranza relativa (il 39,1%) di coloro che si sono iscritti all’edizione di quest’anno, dichiara di esser venuto a conoscenza dell’*AnthroDay* attraverso il passaparola; se questo da un

lato sembra indicare una buona rete di relazioni, dall'altro mostra il deficit della nostra struttura comunicativa (visibilità sul web, stampa e TV) e quindi la capacità ancora insufficiente di raggiungere un pubblico più ampio e lontano dall'antropologia.

La creazione di eventi è stato in questi anni uno degli strumenti delle politiche della rigenerazione urbana a base culturale: la loro natura partecipativa contribuisce al coinvolgimento più o meno attivo di stakeholder e cittadinanza, all'acquisizione di consenso, all'incentivazione di produzione e consumi. A Milano si è imposto un modello di economia e di visibilità internazionale amplificate dalla creazione di eventi e dal loro potere trainante, che ha trovato in Expo Milano 2015 un forte impulso (Cioffi 2017). Se Expo è stato un evento eccezionale, il calendario milanese è però pieno di eventi con ricorrenza annuale o stagionale: Milano Fashion Week, Design Week, Photo Week, Art Week, Arch Week, Book City e molti altri. Anche se per certi versi questi eventi possono sembrare e sono il trionfo dell'effimero, occorre anche considerare che la loro ricorsività consente di costruire relazioni stabili, con effetti diseguali sulla città nel suo insieme. Non si tratta solo di eventi riservati a professionisti del settore ma di magneti che aprono spazi a iniziative collaterali e diffuse – di cui il Fuorisalone che accompagna il Salone del mobile ha costituito il modello – che coinvolgono gran parte della città in un clima di festa, ma che sono anche l'occasione attraverso cui manifestazioni di dissenso possono guadagnare visibilità (D'Ovidio, Cossu 2016).

Quello in cui l'*AnthroDay* è andato a infilarsi, come un vaso di coccio fra vasi di ferro, è dunque uno spazio interstiziale in un terreno fittamente presidiato. Il rischio è che lo sviluppo ipertrofico di eventi percepiti come simili lo condanni all'invisibilità e alla banalizzazione, che lo anneghi nel semplice intrattenimento oppure e per reazione porti a una chiusura su sé stessi, erigendo barriere verso l'esterno. Dove trovare un punto di equilibrio, facendo *surfing* senza essere sommersi dall'onda, non è scritto da nessuna parte. Nella società dell'immagine e della comunicazione ipermediatizzata, le università e la dimensione pubblica dell'antropologia necessitano di visibilità, di stare sulla scena, per affermare la propria rilevanza nella sfera pubblica. Anche se questo espone costantemente al rischio che la forma si sostituisca alla sostanza con il prevalere di logiche di marketing e operazioni di immagine, è una partita che non si può non giocare.

La scommessa è riuscire a coniugare la dimensione dell'evento, che per sua natura ha tempi brevi e alta visibilità, con quella più nascosta, temporalmente più dilatata e duratura del processo, facendo dell'*AnthroDay* una piattaforma e un incubatore che inneschi nuove collaborazioni sul territorio, contribuendo a rafforzare quelle già in corso.

## Quale futuro per l'*AnthroDay*?

Delle quattro edizioni dell'*AnthroDay* solo la prima non ha dovuto fare i conti con la pandemia. Come per tutti anche per noi questo ha costituito un terreno di riflessione e sperimentazione. L'edizione del 2020 si chiudeva il 22 febbraio con una festa nel quartiere Sarpi, la Chinatown milanese: un'ordinanza del ministro Speranza sospendeva dalla mezzanotte ogni manifestazione pubblica ed evento culturale. Quella che è una delle zone della movida, quella sera era già deserta e su tutti noi pendeva l'incognito: il clima era tutt'altro che festoso.

Questa sensazione di smarrimento e incertezza ci ha spinto a cercare i modi di tenere aperta e recuperare da subito quella socialità che stavamo perdendo; l'*AnthroDay* è così transitato sul web aprendo, grazie all'idea di Francesco Vietti, il blog *La giusta distanza. Piccolo osservatorio sull'isolamento*, con centinaia di interventi di studiosi e studenti e diverse decine di migliaia di

visualizzazioni<sup>11</sup>. Un blog che si rimodellava con l’evolversi della situazione: Fase 1 # Riflessioni sul contagio e l’isolamento; Fase 2 # Proiezioni sul mondo che verrà; Fase 3 # Ritorno sulla terra. Oltre alla produzione di testi, anche quella di “oggetti visionari” che evocassero scenari possibili<sup>12</sup> e la produzione di una mostra che concepita nella distanza del confinamento è atterrata non a Milano, ma al Museo Vallivo di Valfurva (SO): *10 Oggetti (d)alla fine del mondo* che era quello del mondo contadino di montagna, ma anche di quello che avevamo conosciuto fino ad allora; dieci oggetti interpretati alla luce della pandemia e dell’antropologia<sup>13</sup>.

Forse proprio qui è venuta a piena consapevolezza quel che già si profilava nel lavoro di Terza Missione da cui nasceva: la convinzione che l’*AnthroDay* non avrebbe dovuto essere solamente un evento che si consumava nello spazio di un giorno (e neppure di tre, come è ora), ma un dispositivo relazionale, una piattaforma strategica, che doveva operare tutto l’anno trovando poi un punto di condensazione e maggior visibilità nell’appuntamento annuale. Le modalità decentrate di costruzione dell’evento che volutamente lasciano ampia autonomia ai partecipanti che decidono di fare uso dell’*AnthroDay*, vede l’università come promotrice e garante della qualità dell’evento, evitando tuttavia approcci direttivi che sussumano o colonizzino la molteplicità delle iniziative e delle esperienze entro le logiche accademiche. Questo comporta un intenzionale allentamento delle logiche procedurali di controllo della qualità, monitoraggio e valutazione di impatto: il carattere aperto e flessibile dell’iniziativa implica che ciascuno ne tragga quello che può e vuole, senza che nessuno possieda un quadro completo di quello che accade. Questo non solo è alla base di un buon funzionamento dell’evento, della valorizzazione dell’autonomia dei partecipanti, ma è di fatto inevitabile: in progetti di questo tipo gli esiti non sono immediati né riconducibili a un rapporto lineare di causa ed effetto. Porre dei limiti alla nostra volontà di proceduralizzazione diviene una condizione di possibilità della riuscita.

Altra questione è invece quella di costruire, su base volontaria e condivisa, una continuità di rapporti e relazioni distribuita lungo tutto l’anno, stabilendo momenti di confronto con i professionisti, le associazioni e tutto coloro che partecipano attivamente all’*AnthroDay* per sviluppare nuove progettualità. Su questo resta molto da fare e quel che pesa è il carico ulteriore di lavoro che ciò comporta. Per cercare di far fronte a questi problemi e prospettive potrebbe forse creare un’associazione *AnthroDay* che, pur avendo Bicocca come socio fondatore, possa poi avere una propria autonomia gestionale e finanziaria, facilitando costruzione di rete, sponsorizzazioni, partecipazione a bandi e la stipula di contratti di collaborazione con esterni, cosa che consentirebbe anche di allargare e stabilizzare il team che all’*AnthroDay* lavora.

## Bibliografia

- Agier, M. 2015. *Anthropologie de la ville*. Paris. PUF.
- ANVUR. 2013. *La Terza Missione nelle università e nei centri di ricerca italiani*. <https://mesva.univaq.it/sites/default/xfilema/mesva/Terza%20Missione%20Documento%20ANVUR.pdf> (consultato il 27/7/2022)
- ANVUR. 2015. *Manuale per la valutazione della Terza Missione*. <https://www.anvur.it/attivita/temi/valutazione/manuale-di-valutazione/> (consultato il 27/7/2022)

---

<sup>11</sup> <https://osservatoriolagiustadistanza.blogspot.com/> (consultato il 27/7/2022)

<sup>12</sup> <https://osservatoriolagiustadistanza.blogspot.com/p/gallery-fotografica-oggetti-visionari.html> (consultato il 27/7/2022)

<sup>13</sup> <https://anthrodaymilano.formazione.unimib.it/home-page/10-oggetti-dalla-fine-del-mondo/> (consultato il 27/7/2022)

- ANVUR. 2021. *Misurare l'impatto sociale delle università: una proposta di indice multistakeholder*. [https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/07/evento-NEXT-ANVUR\\_atti-convegno.pdf](https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/07/evento-NEXT-ANVUR_atti-convegno.pdf) (consultato il 27/7/2022)
- Bargna, I. 2018. «Culture urbane», in *Per fare grande una città ci vogliono molte piccole culture. Dencity, un'esperienza di rigenerazione urbana a base culturale*. Dynamoscopio (a cura di). Milano. Dencity: 72-81.
- Bargna, I., Santanera, G. 2020. Anthropology and Design: Exchanges, Entanglements, and Frictions. *Antropologia*, 7 (2): 25-44.
- Bologna, S., Banfi, D. 2011. *Vita da free lance. I lavoratori della conoscenza e il loro futuro*. Milano. Feltrinelli.
- Boltanski, L., Esquerre, A. 2017. *Enrichissement. Une critique de la marchandise*. Paris. Gallimard.
- Bonomi, A. 2012. *Milano: le Tre città che Stanno in Una*. Milano. Mondadori.
- Borofsky, R. 2011. *Why a Public Anthropology?* Kailua, HI. Center for a Public Anthropology.
- Careri, F. 2006. *Walkscapes. Camminare come pratica estetica*. Torino. Einaudi.
- Cioffi, P.M. 2017. *La lezione di Expo. Comunicare con i grandi eventi da Milano 2015 a Dubai 2020*. Milano. Guerini & Associati.
- Citton, J. 2012 [2010]. *Future umanità. Quale avvenire per gli studi umanistici?* Palermo. Due punti edizioni.
- Clifford, J. 1999 [1997]. *Strade. Viaggio e traduzione alla fine del XX secolo*. Torino. Bollati Boringhieri.
- Codognola, F. 2016. Culture and Creativity Management: Milan as a Global Capital for Value Creation. *Symphonia*, 2: 108-124
- D'Ovidio, M., Cossu, A. 2016. Culture is reclaiming the creative city: The case of Macao in Milan, Italy. *City, Culture and Society*, 8: 7-12.
- Dynamoscopio (a cura di). 2018. *Per fare grande una città ci vogliono molte piccole culture. Dencity, un'esperienza di rigenerazione urbana a base culturale*. Milano. Dencity.
- Florida R. 2003 [2002]. *L'ascesa della nuova classe creative. Valori e stili di vita*. Milano Mondadori.
- Fondazione Symbola. 2015. *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*. <https://www.symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2015-litalia-della-qualita-e-della-bellezza-sfida-la-crisi/> (consultato il 27/7/2022).
- Fondazione Symbola. 2020. *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*. <https://www.symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2020/> (consultato il 27/7/2022).
- Francesconi, D. 2021. «È tutto un festival», in *Post-pubblico. Lo spettatore culturale oltre la modernità*. Bovio, G. (a cura di). Milano. Mimesis: 56-68.
- Hannerz, U. 1992 [1997]. *Esplorare la città. Antropologia della vita urbana*. Bologna. Il Mulino.
- Ingold, T. 1993. The Temporality of Landscape. *World Archeology*, 25 (2): 152-174.
- Ingold, T. 2008. *Ways of Walking: ethnography and practice on foot*. Aldershot. Ashgate.
- Ingold, T. 2019a [2013]. *Making. Antropologia, archeologia, arte e architettura*. Milano. Cortina.
- Ingold, T. 2019b [2018]. *Antropologia come educazione*, Edizioni La Linea. Bologna.
- Landry, C. 2009 [2000]. *City making. L'arte di fare la città*. Torino. Codice.
- Pine, J. B., Gilmore, J. H. 2000 [1999]. *L'economia delle esperienze*. Milano. Rizzoli.
- Pozzi, G. 2020. *Fuori casa. Antropologia degli sfratti a Milano*. Milano. Ledizioni.

- Rimoldi, L. 2018. Straniero “sotto casa”. Rappresentazioni etnografiche di un’area postindustriale milanese. *Antropologia*, 5 (1): 133-149.
- Rolando, S. 2014. *Citytelling. Raccontare identità urbane. Il caso Milano*. Milano. Egea.
- Sassen, S. 2010 [1991]. *La città nell’economia globale*. Bologna. Il Mulino.
- UNESCO, 2005. *World Report United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Toward knowledge societies*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141843> (consultato il 27/7/2022).
- Urry, J. 2007. *Mobilities*. Cambridge. Polity Press.
- Vietti, F. 2018. Migrantour. Intercultural Urban Routes. Un progetto di antropologia applicata tra migrazioni, turismo e patrimonio culturale. *Antropologia pubblica*, 4 (2): 125-140.
- Weston, G., Gavin, W., Lawson, J. F., Blell, M., Hayton, J. 2015. Anthropologists in Films: ‘The Horror! The Horror!’ *American Anthropologist*, 117 (2): 316-328.

