



nordico, riesce a creare mezzo milione di occupati nelle nuove attività legate all'energia solare a fronte di una cifra dieci volte inferiore registrata in Italia, paese del sole?

E come conciliare queste procedure con l'inarrestabile produzione di veicoli a propulsione fossile, sempre più potenti (auto e moto che raggiungono velocità da decollo), a fronte dei problemi di inquinamento e sinistrosità? Tutto si giustifica, naturalmente, in nome delle necessità occupazionali. Perché, allora, negare visibilità ai veicoli a emissione zero (quelli elettrici), come sta accadendo ora, mentre è in corso di svolgimento un salone internazionale dell'automobile (Ginevra), punto di riferimento del comparto? Le riviste di settore italiane, nei siti dedicati, non prevedono la sezione "veicoli elettrici", seconda voce sul sito ufficiale del salone, ma, nel migliore dei casi, quella di "veicoli strani".

Certo, difficile è contrastare la comunicazione proveniente dall'alto. È, invece, possibile produrre altra comunicazione, laddove si vanno costituendo aggregazioni che possono fornire il necessario supporto, dare voce a nuove istanze. Connettere un territorio vuol dunque significare, anche "tramare" contro vincoli, prestabiliti, rendere possibile la manifestazione di pratiche ed esperienze innovative.

A nuove forme di comunicazione e interazione può così meglio corrispondere la rete virtuosa delle PMI, di quelle realtà aziendali che presentano una produzio-

nel senso. Dove c'è cultura, ascolto, innovazione, sarà più facile proporre prodotti a forte impronta qualitativa anziché quantitativa, e con beneficio economico non solo del venditore: diffondere, ad esempio, l'utilizzo di pannelli fotovoltaici, o strutture eoliche, negli edifici pubblici o privati, nelle case o nelle scuole, nei laboratori o in teatro.

Ad aziende di qualità, collegate in rete, deve, dunque, corrispondere la riscoperta dei territori decentrati: da "provincia" a "metropoli". E questo può avvenire solo grazie a un comune sforzo culturale: rete di comunicazione, dunque, come medium su cui può far perno tanto il territorio, quanto l'impresa, nell'intersecarsi della socialità e responsabilità dell'azienda, con una rinnovata razionalità del territorio, giusto equilibrio tra accentramento e decentramento (vedi, in altre pagine di questa pubblicazione, l'importanza delle reti).

Abbattendo i vecchi steccati dunque, creando un movimento dialettico tra pubblico e privato, tra tradizione e innovazione, energia rinnovabile e sviluppo sostenibile diventano un agire etico, in cui la tecnica si traduce in risorsa umanistica, creatività e ludicità. Rinvenendo alla fine, come risultato del decentramento energetico, un'incredibile progressione di democrazia, come Rifkin sottolinea nel proporre la visione di una società basata su un'economia all'idrogeno.