

# QUANDO LA MEDIAZIONE CULTURALE CAMBIA IL PAESAGGIO LINGUISTICO: UN PROGETTO DI RICERCA-AZIONE SU RACCOLTA DIFFERENZIATA E PLASTICHE MONOUSO

Roberta Garruccio<sup>1</sup>

## 1. UNA TRIPLICE PREMESSA

Vorrei partire da una triplice premessa. La prima riguarda la posizione dalla quale mi sono mossa per incontrare il tema del paesaggio linguistico: insegno storia economica nell'ambito in un corso di laurea in mediazione linguistico-culturale; durante gli ultimi anni accademici ho proposto, nella didattica del triennio, alcuni approfondimenti che riguardano la connessione tra storia dello sviluppo economico moderno e storia ambientale. Questa prospettiva mi ha motivato a partecipare – insieme a colleghi e colleghe del mio dipartimento<sup>2</sup> e con un folto gruppo di lavoro<sup>3</sup> – a un particolare progetto di ricerca-azione: ne parlerò nelle pagine che seguono perché è questa ricerca che mi ha offerto una chiave d'ingresso all'oggetto “paesaggio linguistico” (PL), un territorio di indagine nel quale mai avrei pensato di addentrarmi. Ciò che voglio sottolineare è che, se da un lato, il PL non è competenza della mia disciplina, da un altro lato è stato invece il dominio del PL e il suo orizzonte epistemologico ad essersi nettamente allargato a partire dagli anni più recenti, consentendo anche a prospettive molto diverse da quelle strettamente linguistiche e semiotiche di contribuire a costruirne tanto la conoscenza, quanto l'applicazione. Tale allargamento ha mantenuto saldo il perno nella relazione linguaggio e spazio pubblico e nella relazione spazio e luogo, mentre è andato coinvolgendo dimensioni differenti (Barni, Bagna, 2015; Pütz, Mundt, 2019). In primo luogo, si è ampliata l'area degli oggetti che vengono rubricati nello studio del PL. Dall'inventario di segni scritti nello spazio pubblico, l'attenzione è stata estesa a un più vasto *assemblage* semiotico: alle sue rappresentazioni multimodali, per esempio, per cui i segni che si cercano nello spazio pubblico sono sì materiali, ma anche virtuali se vengono traghettati ai/dai diversi media, e sono sì visibili ma anche sensibili, udibili, tattili o olfattivi, e poiché in questo contributo si parlerà di rifiuti, quest'ultima è una prospettiva di non poco rilievo. In secondo luogo, si è allargata la dimensione del tempo, il che ha significato riconoscere non solo l'estensione sincronica del PL, ma anche la sua profondità diacronica indagandola con fonti nuove, come quelle storiche e letterarie. In terzo luogo, si è allargata l'area degli assunti teorici e metodologici mobilitati per guardare al PL, ma anche quella dei dominî disciplinari coinvolti in cui sono state incluse le scienze sociali. Si

<sup>1</sup> Università degli Studi di Milano.

<sup>2</sup> Insieme a me hanno partecipato al progetto Maria Matilde Benzoni, Maria Vittoria Calvi, Mario De Benedittis, Bettina Mottura, Letizia Osti, mentre Giuseppe Sergio ha collaborato alla semplificazione linguistica dei materiali comunicativi.

<sup>3</sup> Il progetto che viene stilizzato in queste pagine è illustrato in dettaglio (per partecipanti, obiettivi, metodo, struttura, committenza, collaborazioni, *partnership*, patrocinî) nel sito web multilingue <https://www.unsaccoetnico.it/>; questo mio intervento è fortemente debitore nei confronti del report finale di progetto, report che è stato frutto di una redazione collettiva; molti contenuti sono qui ripresi per declinarli nella chiave del paesaggio linguistico.

è ingrandita, infine, anche l'area dell'analisi del PL, che all'approccio quantitativo ha crescentemente affiancato quello qualitativo, con l'utilizzazione sempre più estesa di interviste in profondità, questionari, osservazione partecipante, scrutinio di documenti storici e istituzionali, insieme all'applicazione di nuove tecnologie.

La seconda premessa di questo articolo serve a contestualizzare il progetto a cui mi riferisco, il quale è stato intitolato *Un sacco et(n)ico 2020. Etnico* perché rivolto ad alcune attività di ristorazione che propongono cucina non europea nelle città di Milano, Bergamo e Brescia. *Etnico* perché si è preposto l'obiettivo di cambiare in meglio alcuni comportamenti che riguardano la sostenibilità, ma soprattutto di offrire delle ragioni per farlo. Finanziato dalla Fondazione Cariplo nell'ambito del bando Plastic Challenge 2020, si è svolto tra la primavera 2021 e l'autunno 2022, concludendosi con alcune occasioni di disseminazione. Ha avuto come capofila EStà<sup>4</sup>, un'associazione di ricerca, formazione e consulenza che sperimenta metodi partecipativi sui temi dell'economia e della sostenibilità; come partner il Dipartimento di Lingue, letterature, culture e mediazioni dell'Università degli Studi di Milano, la Onlus ADL a Zavidovici di Brescia, la cooperativa sociale RUAH di Bergamo, le società di servizi ambientali Amsa e Aprica che si occupano della raccolta e dello smaltimento dei rifiuti nelle tre città coinvolte (Amsa a Milano, Aprica su Bergamo e Brescia) e che a loro volta fanno parte del gruppo multiutility A2A: un gruppo che ha come azionisti di maggioranza i comuni di Milano e di Brescia che del progetto sono stati anche patrocinatori, affiancati dal comune di Bergamo. Se per Bergamo e Brescia il progetto è stato esteso all'intero territorio comunale, per Milano, dato l'elevato numero di ristoranti etnici presenti, si è scelto di focalizzare il lavoro su tre zone specificamente caratterizzate per diversità (e quindi anche per uno specifico PL): l'area attorno alla via Paolo Sarpi (connotata da ristorazione prevalentemente cinese); l'area NoLo/Via Padova (a Nord di piazzale Loreto, dove si addensa una ristorazione prevalentemente latino-americana); l'area di Porta Venezia/corso Buenos Aires (punteggiata invece da ristorazione prevalentemente africana e mediorientale: una sorta di "Medioriente allargato" – come è stato definito dal gruppo di lavoro - che va dal Marocco al Pakistan).

La ricerca-azione ha riguardato quindi tre aree urbane che oggi possono essere definite *aree di superdiversità* (Vertovec, 2007). Quello della superdiversità è un concetto che ha fortemente permeato gli studi sul PL a partire dagli anni duemila (Bloommaert, 2013) e che si riferisce a spazi (soprattutto cittadini) marcati da una forte differenziazione delle provenienze dei flussi migratori non comunitari<sup>5</sup>. Sappiamo che nella superdiversità interagiscono elementi che esuberano da nazionalità e lingua, perché mescolano religioni, culture materiali, reti sociali, capitale umano, occupazione lavorativa e professionalità, certamente anche tradizioni e pratiche legate tanto al cibo quanto allo scarto (Uberti-Bona, 2021). Questo elenco ovviamente potrebbe essere assai più lungo, ma qui mi limito a enfatizzare che rientrano a buon diritto nella superdiversità urbana anche le attività e le pratiche imprenditoriali dei cittadini di origine straniera, pratiche che coinvolgono anche il loro rapporto con le autorità, con gli organi regolativi di tali attività, con i fornitori dei servizi locali, con la clientela (Wei *et al.*, 2018). Ciò che ha motivato me e colleghe e colleghi a partecipare al progetto è stata la scelta di fissare a priori il perno della sua metodologia di intervento nella mediazione linguistico-culturale (MLC). Il che rimanda al titolo che ho dato a questo contributo. Nell'ambito di *Un sacco et(n)ico*, la mediazione ha rappresentato

<sup>4</sup> <https://assesta.it/>.

<sup>5</sup> I dati su Milano nell'ultimo decennio parlano di 150 nazionalità e 130 lingue (Calvi, 2015). Sull'imprenditorialità immigrata a Milano, cfr. Chiesi e De Luca (2012), Ferro *et al.* (2019), Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021). Per Brescia e Bergamo si possono consultare i dati elaborati dalle rispettive camere di commercio, mentre Unioncamere e il Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021) hanno recentemente organizzato una sintesi a livello nazionale.

lo strumento per raggiungere due obiettivi: migliorare la qualità della raccolta differenziata dei rifiuti prodotti dalla ristorazione (raccolta che non è fine a sé stessa, ma orientata al riciclo dei materiali di scarto, con un conseguente risparmio di emissioni di CO<sub>2</sub>); comunicare ai ristoratori i divieti e le restrizioni introdotte dalla Direttiva europea *Single Use Plastics* (Direttiva SUP) per aiutarne l'applicazione.

La terza premessa riguarda quindi proprio la SUP. Adottata dal Parlamento Europeo nel giugno 2019, è stata seguita dalla redazione da parte della Commissione Europea delle linee guida di orientamento alla sua applicazione e mira ad abbattere del 50% entro il 2025 e dell'80% entro il 2030 l'inquinamento dovuto alla plastica<sup>6</sup>. Con effetto immediato, ha vietato l'immissione sul mercato di posate, piatti, cannucce, palettine per il caffè usa e getta e contenitori per alimenti in polistirene espanso, ossia prodotti ampiamente utilizzati dai segmenti della ristorazione che si dedicano ai servizi di asporto e di consegna a domicilio. In un più lungo orizzonte di tempo, la SUP ha previsto una serie di obblighi progressivi di riduzione di specifici consumi, che comprendono contenitori per alimenti in plastica diversa dal polistirene espanso. La direttiva infatti, si inserisce in una più ampia strategia europea che spinge la transizione verso un'economia circolare, prevede incentivi all'innovazione di modelli imprenditoriali, coinvolge in una responsabilità estesa i produttori di nuovi materiali e di prodotti che dovranno possedere determinati requisiti di fabbricazione e di marcatura a certificazione di determinati standard, è orientata a ridurre di conseguenza la produzione di rifiuti in plastica, mentre ne sollecita una gestione corretta e una raccolta differenziata finalizzata soprattutto al loro riciclo. In sintesi, la SUP punta sì a colpire i consumi di plastiche, ma punta soprattutto a smantellare le pratiche usa e getta di quelle che – proprio per la loro modalità di impiego – sono soggette a un alto tasso di rischio di dispersione e di abbandono nell'ambiente. Se i loro effetti sull'inquinamento di aria, suolo e acqua sono ormai ampiamente documentati, è sugli ambienti marini l'impatto maggiore: è stato calcolato che l'80% delle specie che li abitano ingerisca microplastiche, il che ha ricadute sulla salute umana una volta che queste ultime entrano nella catena alimentare (Geyer *et al.*, 2017; Schweitzer *et al.*, 2018).

Lo scoppio della pandemia da Covid-19 all'inizio del 2020 ha rallentato *Un sacco et(n)ico*, ma – cosa assai più rilevante – ha ritardato il recepimento della SUP; ciò è valso per alcuni governi UE, tra cui il governo italiano. In Italia essa ha assunto piena efficacia legale solo nel gennaio 2022 (quando *Un sacco et(n)ico* entrava nella fase di ricerca sul campo), e in una versione meno restrittiva rispetto all'originaria: il decreto-legge italiano esclude dal bando le plastiche biodegradabili e compostabili che presentano una percentuale di materia prima rinnovabile pari o superiore al 40% per il 2023, limite che sarà elevato al 60% dal 2024<sup>7</sup>. Si tratta di un'esclusione che riflette il peso economico delle bioplastiche nel nostro paese, che è il maggior produttore a livello europeo<sup>8</sup>. Ciò rende necessario aggiungere che ha partecipato al progetto anche Novamont, azienda italiana del settore dei prodotti biochimici, la quale ha garantito una dotazione di contenitori biodegradabili e compostabili per le pietanze, materiali pensati anche per una raccolta differenziata più precisa poiché entrano nel ciclo dei rifiuti organici<sup>9</sup>. Ma rende necessario anche

<sup>6</sup> Si può accedere al testo integrale della direttiva UE 2019/904 del Parlamento e del Consiglio europeo dal seguente link: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0904>.

<sup>7</sup> Il decreto-legge 196 del 2021 è consultabile al link della Gazzetta Ufficiale: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/11/30/21G00210/sg>.

<sup>8</sup> Secondo l'8° rapporto annuale Assobioplastiche, redatto sulla base di uno studio condotto da Plastic Consult nel 2021, si tratta di un settore di 275 aziende con quasi tremila addetti, vd: <https://assobioplastiche.org/comunicati/2021-industria-delle-bioplastiche-supera-il-miliardo-di-euro-di-fatturato-rispetto-al-2020>.

<sup>9</sup> Il riciclo delle bioplastiche come rifiuti organici è sancito dalla normativa italiana (art. 182 ter del decreto legislativo n. 152/2006 poi modificato nel 2020), la quale a sua volta prevede la loro conformità alle norme

rammentare che *Un sacco et(n)ico* ha inteso la comunicazione con i ristoratori (e i loro staff, il più delle volte di origine non italiana) come scambio biunivoco. Mi riferisco a un'azione che è di informazione amministrativa su un versante, di rilevazione di bisogni dall'altro, e che come tale ha presupposto che anche ristoratori e lavoratori della ristorazione avessero qualche cosa da dire circa la raccolta differenziata e la riduzione delle plastiche e che ciò dovesse essere ascoltato e valutato, creando occasioni appropriate: per esempio, riguardo alle compatibilità economiche che sono parte del problema, quindi ai costi implicati dalla transizione da un materiale all'altro, oppure all'efficacia delle alternative disponibili, dato il tipo di cucina proposta e le modalità di servizio offerto, oppure ancora alla effettiva disponibilità di spazi per la gestione delle diverse frazioni di rifiuti.

## 2. PERCHÉ I RISTORANTI ETNICI

Complessivamente, il progetto ha considerato 15 diversi tipi di cucina del mondo<sup>10</sup>, ma qualche parola di commento credo meriti la scelta di rivolgersi proprio alla ristorazione etnica. La prima ragione rimanda al fatto che la mediazione linguistico-culturale aveva dato interessanti spunti in un progetto pilota condotto su scala molto più limitata nel 2018-2019<sup>11</sup>. Eppure, nella fase di definizione del progetto nel 2020, quell'aggettivo *etnico*, perno della selezione delle attività di ristorazione implicate, è tornato a essere oggetto di discussione entro il gruppo di lavoro riguardo a come dovesse essere definito e compreso. È dunque bene precisare che l'attributo *etnico* è stato inteso qui come rivolto soprattutto alla gastronomia extra-europea, il che il più delle volte rimanda alla etnicità/nazionalità/cittadinanza non comunitaria di chi gestisce ristoranti (ossia di chi prende le decisioni imprenditoriali oltre che di gestione), e dello staff che ci lavora (in sala, in cucina, nell'organizzazione degli ordini *take away* e *home delivery*, e anche nello smaltimento dei rifiuti).

Il progetto 2020 ha mantenuto il fuoco della sua attenzione su piccoli esercizi commerciali, che impiegano largamente lavoratori e lavoratrici non di madrelingua italiana, e si rivolgono a una clientela che, spesso, a sua volta, non è di madrelingua italiana.

La ristorazione etnica ha insomma rappresentato un fulcro di interesse che, un po' paradossalmente, prescinde dalla etnicità in sé. Del resto, i dati relativi alle sanzioni comminate per errori e mancanze nella raccolta differenziata dei raccolti da Amsa e Aprica non indicano una particolare concentrazione di multe rivolte alla ristorazione etnica, indicano piuttosto che la raccolta differenziata dei rifiuti è problematica per il mondo della ristorazione in generale, non per i ristoranti etnici in particolare. Se il nostro progetto si è rivolto comunque proprio alla ristorazione etnica, anche su indicazione di Amsa e Aprica, è per una diversa serie di rilevanze: la ristorazione etnica è legata a un'offerta (e a una domanda) in genere (e con importanti eccezioni) relativamente *low cost*; è largamente organizzata per l'asporto e/o la consegna domicilio dei piatti preparati (spesso ma non sempre attraverso le piattaforme di *food delivery*); impiega(va) per questo tendenzialmente più stoviglie in plastica monouso; presenta una più difficile gestione della raccolta differenziata; sperimenta un turnover piuttosto rapido del personale (anche dati i ritmi intensi di lavoro e i bassi salari); e un personale che cambia spesso deve apprendere a ogni

UNI EN di riferimento, agli standard da queste fissati per gli imballaggi e per altri manufatti, sui quali deve essere riportata una specifica e visibile certificazione.

<sup>10</sup> I tipi di cucina offerti dalla ristorazione etnica delle tre città sono certamente superiori a questo numero, ma questo ventaglio è stato limitato dalle effettive adesioni, come spiega il paragrafo 7.

<sup>11</sup> Realizzato sempre da EStà, ma solo su Milano.

ricambio anche le regole dello smaltimento dei rifiuti, il che può portare facilmente a una maggiore propensione a commettere errori.

Non c'è quindi una specifica evidenza che, rispetto alla ristorazione *tout court*, la ristorazione che propone cucina etnica sia meno virtuosa o meno rapida nell'ottemperanza alle regole; c'è piuttosto un'evidenza generale che sia la ristorazione urbana ad essere problematica, tanto sulla differenziata quanto sulle plastiche, e questo a maggior ragione nella contingenza temporale legata alla pandemia e all'incertezza dello scenario economico che la pandemia ha esacerbato.

### 3. LE FASI E LA SCALA DEL PROGETTO

Il progetto si è svolto in diverse fasi (Figura 1) che è bene stilizzare per poter mettere a fuoco gli elementi di paesaggio linguistico che hanno generato.

La prima fase ha previsto l'analisi del contesto normativo e l'analisi territoriale, passando dalla mappa delle attività di ristorazione coinvolgibili potenzialmente – quasi 500 – a quella dei ristoranti coinvolgibili effettivamente: la ricognizione sul territorio ha comportato la verifica che fossero ancora attivi e che presentassero le caratteristiche che ci interessavano. E ha asciugato il campione iniziale di quasi il 20%. Ma la prima fase è stata soprattutto preparatoria dell'interazione con gli esercenti e si è concentrata sulla selezione e formazione di mediatori e mediatrici, sulla scrittura dei questionari da somministrare, sull'individuazione delle domande aperte da rivolgere, sull'allestimento del sito web interattivo, sull'adattamento della applicazione mobile scelta per la raccolta dei dati. A chiudere la prima fase è stata infine la redazione del materiale informativo da distribuire nei ristoranti. In questo snodo, si è provveduto non solo alla loro traduzione nelle sette lingue del progetto (oltre all'italiano, arabo, cinese, inglese, spagnolo, turco e urdu), ma anche a un'opera di semplificazione del linguaggio amministrativo e specialistico che, nell'ottica della MLC, era non meno necessaria della traduzione, come verrà esemplificato nel § 5.

La seconda fase è coincisa con le operazioni di contatto con i ristoratori (pre-ingaggio). Si è trattato di un primo contatto forzatamente rapido, tentato in condizioni difficili, il quale avveniva in qualche caso telefonicamente, a volte via mail, altre con una visita, ed era strettamente finalizzato a informare circa il progetto, a formulare l'invito ad aderire, e a creare l'occasione per inviare comunque il materiale comunicativo predisposto. Dei 338 ristoranti contattati, 200 erano a Milano, 76 a Brescia e 62 a Bergamo.

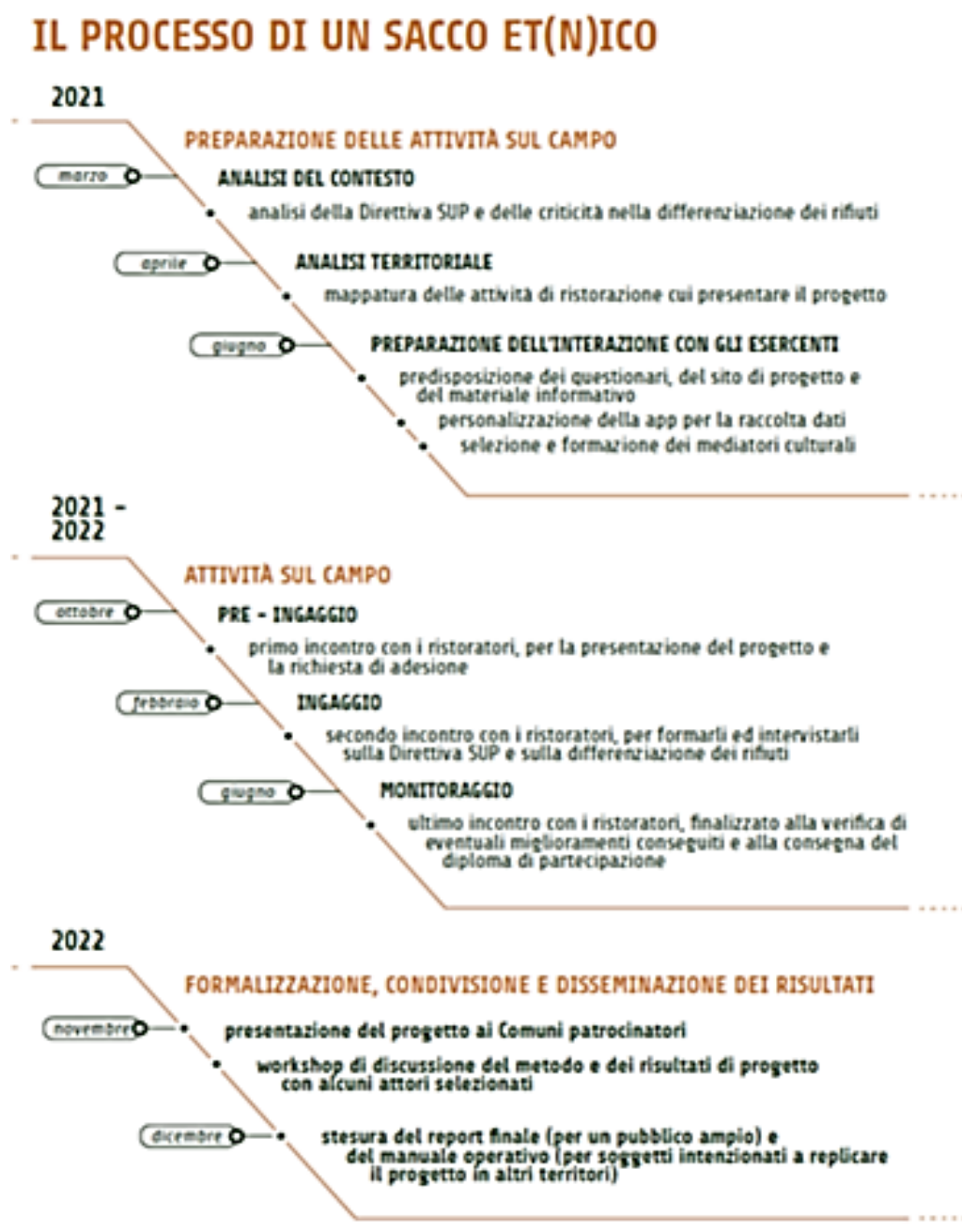
La terza fase (ingaggio) ha ulteriormente scremato queste cifre, perché hanno effettivamente aderito al progetto 58 ristoranti (37 a Milano, 12 a Brescia e 9 a Bergamo). I ristoratori e i loro staff a questo punto hanno incontrato mediatori e mediatrici e personale delle due società di servizi ambientali presso i loro rispettivi esercizi commerciali. L'interazione si è svolta come mutuo scambio di informazione e come occasione di formazione e apprendimento reciproco su entrambi i temi della Direttiva SUP e della raccolta differenziata, a partire dai materiali informativi e comunicativi preparati, dall'osservazione delle pratiche di cucina e dall'analisi visiva dei rifiuti generati. Nella fase di ingaggio i ristoranti hanno ricevuto ciascuno circa 1.000 *food bag* compostabili, per essere messi tutti in grado di sperimentare senza costi un'alternativa più sostenibile rispetto ai prodotti in plastica usa e getta che nella maggior parte dei casi erano ancora utilizzati.

La quarta fase, che si è svolta a qualche mese di distanza da quella di ingaggio, è stata dedicata al monitoraggio delle pratiche e ai riscontri, non solo sull'effettiva utilizzazione, ma anche sulla messa alla prova della funzionalità delle *food bag*, per le quali in diversi casi è stato necessario un ripensamento in modo da adattare le pietanze molto differenti fra

loro (asciutte o in brodo, per esempio, con salse o senza, calde o fredde, ecc.). Questa quarta fase ha verificato se, rispetto alla precedente, fossero intercorsi cambiamenti nelle pratiche e quali: eventuali miglioramenti delle routine o al contrario la persistenza di non conformità alle norme; entrambi gli scenari hanno prodotto informazioni rilevanti. E a tutti i ristoranti che hanno completato le quattro fasi è stato alla fine consegnato un diploma di partecipazione, che gli esercenti hanno affisso nei loro locali.

Infine, a qualche mese di distanza dagli incontri di ingaggio e a solo 10 ristoranti di Milano e 4 di Bergamo, sono state proposte analisi merceologiche ulteriori sui rispettivi rifiuti, svolte da Amsa e Aprica con pesatura in laboratorio di alcune componenti specifiche.

Figura 1. *Schema delle tappe del progetto*



#### 4. NUDGING E MEDIAZIONE: UN NESSO SPERIMENTALE

Il bando 2020 Plastic Challenge lanciato da Fondazione Cariplo, a cui *Un sacco et(n)ico* ha risposto, era esplicitamente volto a sostenere iniziative finalizzate alla prevenzione e alla riduzione del consumo di imballaggi in plastica monouso, attraverso strumenti di *nudging*.

*Nudging* è l'espressione che in italiano viene tradotta come "spinta gentile", ed è un concetto e una teoria che è stata promossa dall'economista Richard Thaler e dallo studioso di diritto Cass Sunstein per primi, all'intersezione di economia comportamentale, psicologia cognitiva e filosofia politica (Thaler, Sunstein, 2008).

Le spinte gentili (*nudges*) sono impresse con il fine di alterare i contesti nei quali le persone coinvolte prendono decisioni. Il *nudging* si basa quindi sullo studio dell'architettura delle decisioni e dei modi in cui l'utilizzo, appunto, di spinte gentili può intervenire, anche e soprattutto nelle politiche pubbliche, a cambiare le scelte che spesso le persone fanno di default, orientandole verso determinati comportamenti. In un'ottica di paternalismo libertario, la spinta è "gentile" perché non fa ricorso né a strumenti coercitivi (come sanzioni), né a incentivi economici (come tassazioni o dispositivi premiali in moneta). Agisce invece ampliando le alternative a disposizione, modificando la "forma" delle opzioni proposte, per esempio, la loro disposizione spaziale, o la loro sequenza temporale, offrendo su queste opzioni un'informazione che è tenuta a essere chiara, credibile e trasparente e prevedendo un'azione di rinforzo delle intenzioni e azioni di comportamento "virtuoso".

*Un sacco et(n)ico* ha disegnato come specifico strumento di *nudging* l'approccio della mediazione linguistico-culturale, portando così la MLC fuori dagli ambiti in cui essa è tipicamente utilizzata (segnatamente quello scolastico, sanitario, legale e giudiziario, umanitario e in generale quello della prima accoglienza dei migranti), per dirigerla invece sul tema della sostenibilità ambientale, agganciandola qui al settore della ristorazione non comunitaria. Alla MLC sono del resto riconosciute potenzialità non ancora esplorate (Garzone, Archibald, 2014; Machetti, Siebetchu, 2017; Mariottini, Tedeschi, Sánchez Castellanos, 2020), proprio perché i terreni che presentano esigenze di mediazione linguistico-culturale si moltiplicano, per esempio, nel contesto di enti, pubblici e privati, organizzazioni, imprese manifatturiere e dei servizi o del terzo settore, istituzioni (Calvi, Uberti-Bona, 2020).

Da un lato quindi, la MLC è una attività che certamente richiede solide competenze linguistiche. Una sua componente fondamentale è riconosciuta nel saper mediare tra la fonte del messaggio e i destinatari della comunicazione, riconoscendo gli elementi culturali che sono in gioco in questo passaggio, e per questo è indubbio che il primo compito di ogni mediatore/mediatrice sia quello di facilitare il più possibile lo scambio linguistico. Al cuore della MLC c'è dunque la competenza traduttiva: sia della parola scritta, sia dell'oralità (oralità del/nel dialogo), sia per il web (e nel progetto *Un sacco et(n)ico* sono entrate in gioco tutte e tre). Da un altro lato, rispetto alla traduzione o all'interpretariato intesi in senso puramente strumentale, consente di raggiungere obiettivi che esuberano dalla sola traduzione: rendere mutualmente accessibili i contesti di senso, aprire la possibilità di scambio e negoziato, contribuire a creare nuova conoscenza (attraverso il mutuo apprendimento di *frames*, concetti, significati, metodi, pratiche), una conoscenza potenzialmente capace di innescare un cambiamento nei modi di pensare e nei comportamenti.

Nell'ambito del progetto, a ciò contribuisce l'opportunità data ai ristoratori di sperimentare materiali e stoviglie in alternativa alle plastiche monouso che semplifichino la raccolta differenziata. L'approccio della MLC ha creato le condizioni perché essi potessero valutare quali migliori punti di equilibrio si possono raggiungere tra

sostenibilità, funzionalità e contenimento dei costi della transizione da un materiale all'altro. Ma ha anche riconosciuto il ruolo di mediazione linguistico-culturale che gli stessi ristoratori svolgono spesso spontaneamente presso le proprie rispettive comunità, e che poteva estendersi ai temi coinvolti dal progetto (Antonini, 2014).

Il gruppo di lavoro di *Un sacco et(n)ico* ha preso le mosse dal riconoscere la natura culturalmente determinata del cibo. Si è quindi rivelato di particolare interesse che un'aggiornata rassegna di ricerche basate sulla *nudge theory* abbia messo in evidenza come l'ambito in cui si è rivelata più efficace sia proprio quello dell'alimentazione (Mertens *et al.*, 2021). Al fine del discorso che svolgo in queste pagine, tuttavia, mi preme richiamare un'ulteriore pubblicazione, frutto del lavoro di tre ricercatori americani, i quali fondono la prospettiva linguistica con l'indagine sui fondamenti teoretici della psicologia e delle scienze cognitive (McFarlane *et al.*, 2020). Essi considerano le conseguenze positive di ciò che chiamano “actively thinking in a non-native language”, partendo dal filone di indagine sperimentale sul Foreign Language Effect (FLE). Aperta poco più di un decennio fa (Keysar *et al.*, 2012), questa pista analizza empiricamente l'insieme degli effetti dell'esercizio del pensiero bilingue distinguendoli da quelli del mero essere bilingue dei soggetti (effetti sulla cognizione, il ragionamento, il processo decisionale delle persone, sui loro giudizi e sui comportamenti che ne derivano), e arriva ad attribuire allo “actively thinking in a non-native language” (e quindi al FLE) la caratteristica di ridurre l'influenza di una serie di distorsioni cognitive nell'ambito della risoluzione di alcuni specifici problemi in situazioni complesse<sup>12</sup>. Gli autori a cui mi riferisco lavorano all'intersezione tra il tema del FLE e quello del *nudge*, proponendo di considerare come forma di spinta gentile proprio l'esercizio della lingua due; quindi, saggiano l'ipotesi che i cittadini e le cittadine bilingui possano assumere un ruolo attivo nell'aumentare il benessere individuale e collettivo, prendendo decisioni migliori proprio attraverso l'implementazione strategica di lingue non native in contesti di scelta e di giudizio.

Se ho richiamato questa suggestione scientifica è per due ragioni. Su un piano generale, perché ciò è stato studiato anche in casi in cui le conseguenze della scelta impattano sul benessere sociale e/o sono comunque correlate a beni pubblici, tra cui ci sono le pratiche alimentari sostenibili e la sostenibilità più in generale (Bonini *et al.*, 2018). Sul piano particolare di *Un sacco et(n)ico*, perché il progetto da un lato rappresenta un esperimento di applicazione della MLC alla sostenibilità, partendo dal riconoscere che quest'ultima non si presenta come concetto auto-evidente, né come pratica ovvia. Al contrario, è sempre situata in contesti complessi; mentre dall'altro in modo complementare si appoggia alla MLC come strumento tanto più efficace quanto più i suoi agenti (mediatori e mediatrici) prendono parte attiva nel processo comunicativo e contribuiscono a perseguirne gli obiettivi.

## 5. MATERIALI COMUNICATIVI CHE DIVENTANO PAESAGGIO LINGUISTICO

Per facilitare l'interazione e per organizzare i dati necessari, mediatori e mediatrici si sono serviti di un'applicazione mobile polifunzionale. Questa app è stata largamente sperimentata in contesti di intervento umanitario e in generale nell'attività di organizzazioni non-profit, è liberamente scaricabile dalla rete ed è diventata per *Un sacco et(n)ico* lo strumento principale del lavoro sul campo, perché ha facilitato la raccolta e

<sup>12</sup> *Bias* ed errori logici che vanno dall'effetto di *framing*, alla cosiddetta “fallacia della mano calda”, alla illusione di causalità, all'avversione alla perdita, alle credenze superstiziose.



l'organizzazione in parole, cifre e immagini, delle risposte ai questionari, delle note tratte dai colloqui e dall'osservazione diretta di spazi e pratiche<sup>13</sup>.

Altri tipi di supporto materiale alla ricerca-azione, soprattutto materiali comunicativi, sono stati invece redatti *ad hoc* per i ristoratori, cercando di intercettarne la prospettiva e gli elementi informativi da non dare per scontati. I ristoratori, quindi, hanno ricevuto: un manuale con le linee guida della raccolta differenziata (il quale è stato curato dalle aziende municipali di servizi ambientali coinvolte nell'azione, Figura 2); una coppia di poster da consegnare durante la fase di ingaggio e da utilizzare come riferimento visivo durante gli incontri, dove sono schematizzati i prodotti in plastica tradizionale monouso banditi o soggetti a riduzione dalla Direttiva SUP e le alternative sperimentabili (Figura 3); un pieghevole con l'illustrazione del progetto e della rilevanza dei temi affrontati; un adesivo con il logo del progetto da attaccare alle vetrine (Figura 4); un adesivo con il logo del progetto (Figura 5); un diploma a certificazione della partecipazione che è stato consegnato alla conclusione della ricerca-azione (Figura 6).

Figura 2. Le linee guida per la raccolta differenziata nelle diverse traduzioni dall'italiano




<sup>13</sup> <https://www.kobotoolbox.org/>.

Figura 3. I poster che illustrano la Direttiva SUP nei suoi contenuti

## PRODOTTI IN PLASTICA MONOUSO VIETATI


L'Italia vieta l'utilizzo di alcuni prodotti in plastica monouso non compostabile a partire da dicembre 2021. Tra questi, anche prodotti utilizzati per l'asporto e la consegna a domicilio che vengono gettati subito dopo l'uso, raramente vengono riciclati e tendono quindi a diventare rifiuti.

POSATE




(Vivande, coltelli, forchioni, bicchere)


PIATTI



CANNUCCE





PALETTINE PER CAFFÈ




TUTTI I CONTENITORI IN POLISTIROLO ESPANSO (EPS):

per alimenti e bevande (compresi tazze e bicchieri) con i relativi coperchi.








## Non tutti i prodotti in plastica saranno vietati


CONTENITORI

La legge non vieta i contenitori per alimenti realizzati in plastica o in carta rivestita con film plastico, ma ne auspica una riduzione del consumo.




BICCHIERI E TAZZE

Anche i bicchieri e le tazze in plastica e quelli in carta con rivestimento plastico rientrano tra i prodotti per i quali la legge prevede una riduzione del consumo. Su questi prodotti è obbligatoria un'immagine stampata per indicare che sono fatti in parte o totalmente in plastica.



## DOVE LI BUTTO?




Se hai dubbi controlla l'etichetta ambientale sul prodotto (l'etichetta contiene le informazioni per un corretto smaltimento)


## Riutilizzare è meglio che riciclare

La Legge invita a sostituire i prodotti in plastica monouso con prodotti riutilizzabili. Qualora non fosse possibile consente l'utilizzo di prodotti compostabili che possono essere smaltiti nel rifiuto umido.


partners:




con il contributo di:



patrocini:



con il supporto di:



## ALTERNATIVE COMPOSTABILI AI PRODOTTI MONOUSO IN PLASTICA

L'Italia da luglio 2021 vieta l'utilizzo di determinati prodotti in plastica monouso per i quali esistono alternative riutilizzabili con l'obiettivo di ridurre i rifiuti di plastica nell'ambiente. Qualora non fosse possibile l'uso di prodotti riutilizzabili, viene consigliato l'utilizzo di prodotti monouso compostabili secondo la norma europea UNI EN 13432. Questi prodotti possono essere smaltiti nel rifiuto umido per essere trasformati, attraverso un processo industriale, in compost (un concime naturale che rende i terreni più fertili). La certificazione di compostabilità garantisce inoltre che i prodotti siano liberi da metalli pesanti ed altre sostanze potenzialmente tossiche.

I prodotti per il food service possono essere realizzati con materiali compostabili diversi per caratteristiche di resistenza e impermeabilità: per questo è importante informarsi presso i fornitori per scegliere il prodotto più adatto ad ogni tipo di esigenza.

---

### LE BIOPLASTICHE COMPOSTABILI

Le bioplastiche compostabili possono essere smaltite con i rifiuti organici. I prodotti in bioplastica sono simili a quelli in plastica e possono confondersi. Si riconoscono grazie alla certificazione di compostabilità UNI EN 13432. Le bioplastiche trasparenti (attualmente la più utilizzata è il PLA) hanno poca resistenza al calore, mentre quelle non trasparenti possono essere usate anche con i cibi caldi. Le bioplastiche vengono utilizzate anche come pellicola per rivestire i prodotti in cartoncino e renderli più resistenti a olio, grasso, acqua e cibi umidi.

Che prodotti trovi in bioplastica?  
 Contenitori per alimenti, bicchieri, piatti, posate, porta salvia e cialtracce.

**DOVE LO BUTTO? → UMIDO**

### LA POLPA DI CELLULOSA

La polpa di cellulosa si ricava dalla lavorazione di alcune piante tra cui la canna da zucchero. Per potere essere conferiti nell'umido, anche i prodotti realizzati in questo materiale devono avere la certificazione di compostabilità.

Che prodotti trovi in polpa di cellulosa?  
 Contenitori per alimenti, piatti, tupperchi.

**DOVE LO BUTTO? → UMIDO**

---

### CARTA E CARTONCINO

I prodotti in carta e cartoncino (ma anche i tovaglioli) possono essere gettati nell'umido se non sono stati trattati con additivi chimici e inchiostri; per essere gettati nell'umido devono comunque avere la certificazione di compostabilità. Questi prodotti possono essere realizzati anche in cartoncino accoppiato ad un film in bioplastica che lo rende impermeabile e più resistente pur rimanendo compostabile.

Che prodotti trovi in carta e cartoncino?  
 Contenitori per alimenti e bevute, bicchieri, piatti.

**DOVE LO BUTTO?**

- Pulito → **CARTA**
- Sporca → **UMIDO**

### LA CARTA ANTIUMIDO

Esistono anche alternative compostabili ai diversi tipi di carta anti-umido, come la carta paglia per i fritti o quella accoppiata per i panini.

**DOVE LO BUTTO? → UMIDO**

### IL LEGNO

Le posate e le bacchette possono essere realizzate anche in legno; se certificate compostabili possono essere smaltite nel rifiuto umido insieme ai residui di cibo.


**DOVE LO BUTTO? → UMIDO**

---


**Come riconoscere un prodotto compostabile?**

I prodotti compostabili sono certificati secondo la norma europea UNI EN 13432 da organismi di certificazione. Sul prodotto insieme a questa sigla devono essere presenti il termine "compostabile", il logo del certificatore (uno dei tre nell'immagine) e il numero di licenza del produttore al quale poter richiedere il certificato in corso di validità dei prodotti.


Il termine Sistema Impegnativo (SI) identifica i prodotti compostabili nel gruppo bioplastico "compostabile SI".






"100 Compost" rilasciato dal gruppo TÜV AUSTRIA che a partire dal 7 dicembre 2021 ha aggiunto il marchio "100 Compost".





DS CERTIFIED, una certificazione accreditata dal gruppo TÜV Rheinland, offre il marchio "100 Certified Industrial Compostable".





partner:



con il contributo di:








patrocina:








con il supporto di:

Come anticipato nel § 3, credo che una breve esemplificazione dei testi e dei materiali che andavano tradotti in sette lingue possa chiarire i criteri seguiti dal gruppo di lavoro. Gli esempi più significativi, da questo punto di vista, ritengo siano forniti dai poster della Figura 3 (uno dedicato ai prodotti vietati dalla SUP e uno dedicato alle loro alternative compostabili) e dal pieghevole che li accompagnava. Si tratta di due strumenti molto tradizionali che proprio nella loro forma cartacea e verbale si sono confermati adatti a convogliare informazioni relativamente complesse e hanno rappresentato il doppio livello di una stessa strategia informativa. Doppio livello perché, da un lato, i manifesti murali – aiutati dalle immagini, dalla grafica e da una titolazione chiara, con caratteri di grande dimensione, leggibile che rimanda con immediatezza ai contenuti – concentravano solo le informazioni fondamentali (rispettivamente in 150 parole per i prodotti inclusi dalla SUP e in poco più di 400 per le loro alternative compostabili), mentre, dall’altro, la *brochure* (Figura 4) consentiva di connettere queste indicazioni alle diverse azioni del progetto e di collegare in modo chiaro l’ambito della riduzione delle plastiche usa e getta a quello della raccolta differenziata dei rifiuti.

Figura 4. Pagina interna del pieghevole che illustra obiettivi e ragioni del progetto

### UN SACCO ET(N)ICO

**Ciao!** Il progetto Un sacco et(n)ico ha bisogno del tuo aiuto per capire come i ristoratori di Milano, Bergamo e Brescia gestiscono la raccolta differenziata e l'entrata in vigore della Direttiva Europea *Single Use Plastics*, che vieta l'utilizzo di alcuni prodotti in plastica monouso (per esempio piatti, posate, cannucce, alcuni contenitori per alimenti e bevande).

**Il tuo contributo sarà essenziale**

**Partecipare al progetto è semplice!**

Concedici il tempo di una chiacchierata per parlare di **raccolta differenziata** e **prodotti di plastica monouso** per la ristorazione. Proveremo a chiarire i tuoi dubbi e ti chiederemo di aiutarci a capire come rendere tutto più semplice a te e agli altri esercenti della città.

Inoltre, dopo la prima intervista ti forniremo delle **food bag compostabili gratuite** da provare in sostituzione di quelle che già usi.

Dopo un periodo di sperimentazione, torneremo per sapere com'è andata e per raccogliere i tuoi **commenti**.

Tutti i partecipanti riceveranno un **diploma**, per certificare l'impegno dimostrato nel migliorare l'ambiente della loro città!

**Alcune delle cose che vorremmo capire sono:**

- Quali prodotti di plastica monouso utilizzi per il consumo sul posto, il servizio di asporto e la consegna a domicilio?
- Conosci le alternative riutilizzabili o compostabili per sostituire questi prodotti? Le usi?
- Conosci la Direttiva Europea 2019/904, che vieta l'uso di alcuni di questi prodotti?
- Hai difficoltà o dubbi su come separare i rifiuti per la raccolta differenziata nella tua città?

In questo progetto, finanziato da Fondazione Cariplo, sono coinvolti: il centro di ricerca no-profit **ESTà**, **Amsa**, l'**Università degli Studi di Milano e Novamont** (l'azienda che fornisce le food bag compostabili gratuite per i partecipanti). Con il patrocinio del **Comune di Milano**, ti chiediamo di collaborare a un importante progetto per il bene della città.

**Perché è importante separare i rifiuti correttamente?**

Grazie alla raccolta differenziata, è possibile risparmiare tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>, evitare un eccessivo consumo di acqua ed energia elettrica e ridurre l'estrazione e l'utilizzo di materie prime.

Con il materiale recuperato a Milano con la raccolta differenziata nel 2019, si potrebbero produrre:

- dalla plastica, 170.000 panchine o 10 milioni di felpe in pile
- dal vetro, quasi 100 milioni di bottiglie
- dalla carta, 447 milioni di scatole di cartone
- dall'alluminio, 2 milioni di caffettiere moka
- dall'organico, 22.000 tonnellate di compost

### Cosa succede ai rifiuti differenziati di Milano dopo essere stati raccolti da AMSA?

The diagram illustrates the following paths:

- UMIDO** (Wet waste) → Impianto di digestione anaerobica e compostaggio → compost (fertilizzante organico), biogas, biometano
- PLASTICA + METALLI** (Plastic + Metals) → Impianto di selezione
- CARTA/CARTONE** (Paper/Cardboard) → Impianti di selezione → avvio a riciclo
- VETRO** (Glass) → Impianto di selezione
- INDIFFERENZIATO** (Mixed waste) → Termovalorizzazione → energia elettrica e calore

La riflessione sulle forme espressive di questi materiali di comunicazione è stata condotta collettivamente da mediatori e mediatrici in alcune occasioni dedicate a pianificare i testi e la loro architettura logica. Gli elementi della semplificazione utilizzati sono stati codificati dalla letteratura sulla semplificazione del linguaggio amministrativo

(Cortelazzo, Pellegrini, 1999; Cortelazzo 2021; Jullion, Sergio 2021). Sul piano sintattico si è puntato a snellire la misura frasale e a strutturare le frasi in capoversi capaci di condensare l'informazione senza perdere chiarezza. Sul piano della punteggiatura, si è ulteriormente cercato di neutralizzare le ambiguità, specie negli elenchi complessi. Sul piano lessicale si è prestata attenzione, in primo luogo, a ridurre all'essenziale i tecnicismi (se espressioni come "recepimento istituzionale" e "somministrazione di cibo" possono trovare alternative efficaci, non è stato possibile rinunciare ad altre come "bioplastiche compostabili", mentre si è giudicato che l'espressione "frazione organica" dei rifiuti solidi urbani fosse largamente preferibile all'espressione "frazione umida" e anche più facilmente traducibile); e, in secondo luogo, a sfrondare i testi da un eccesso di sinonimi, tenendo verbi, aggettivi e sostantivi di uso comune senza tema di ripeterli.

Al margine inferiore destro dei due poster, un *QR code* consente di accedere al sito (interattivo) del progetto, il quale rappresenta un ulteriore livello di comunicazione con i ristoratori. Il sito approfondisce e articola i dettagli sulla ricerca-azione e le sue ragioni, è stato aperto all'interlocuzione con i ristoratori coinvolti. Ai suoi testi si è applicata la medesima attenzione prestata ai materiali esemplificati sopra, ricorrendo di preferenza solo alla forma attiva dei verbi, eliminando l'uso del gerundio, in modo da rendere sempre visibile il soggetto di ciascuna frase e da distribuire l'informazione su più frasi.

A conclusione del progetto, questo è il punto, questi materiali si sono trasformati sia in elementi di panorami linguistici fisici, sia in elementi di panorami linguistici virtuali (il sito di progetto e talvolta i profili social dei ristoranti)<sup>14</sup>. La variabile cruciale della MLC, in questo caso, ha funzionato quindi tanto come *nudge interno* (come spinta che ha aiutato a semplificare la comprensione mentale di norme e procedure, e ad espandere gli elementi di conoscenza e gli elementi di scelta), sia come *nudge esterno* (che modifica i luoghi con le sue iscrizioni materiali, i suoi testi, simboli e avvisi).

Figura 5. L'adesivo con il logo del progetto



## 6. L'INTERAZIONE CON I RISTORATORI

L'interazione con i ristoratori è stata affidata quasi unicamente al mediatore/mediatrice in fase di pre-ingaggio, ossia nella delicata fase in cui è stato indispensabile, e niente affatto facile, guadagnare attenzione e disponibilità verso il progetto da parte di persone che erano impegnate nelle sincopate attività di ogni giorno di lavoro. Il ruolo dei mediatori e delle mediatrici qui si è rivelato cruciale. Convincere ristoratori e staff, impegnati nelle cucine e nel servizio, a dedicare del tempo al progetto è stato sfidante, e non solo perché

<sup>14</sup> Sull'incorporazione del paesaggio linguistico virtuale nella ricerca sul paesaggio linguistico si può vedere Maly, Blommaert 2019.

non tutti sono avvertiti o sensibili verso il tema della sostenibilità ambientale, in particolare in un periodo di crisi economica. Non ci hanno stupito le risposte di rifiuto da parte di chi si dichiarava già esperto di raccolta differenziata e già informato sulla Direttiva SUP. Sono stati invece inattesi i molti commenti critici che hanno identificato i precisi ostacoli che si oppongono al o intralciano il rispetto di direttive, leggi e regolamentazioni ritenute avulse da ogni conoscenza ed esperienza diretta della ristorazione.

Nelle fasi successive invece (ossia negli incontri di ingaggio e monitoraggio), mediatori e mediatrici hanno affiancato il personale di Amsa o Aprica negli incontri e nelle conversazioni che dovevano essere di apprendimento/insegnamento reciproco. In altre parole, i ristoratori ricevevano gli elementi essenziali di comprensione del contesto di progetto, una serie di informazioni pratiche e le risposte ad eventuali dubbi che fossero espressi. Viceversa, gli operatori sul campo (che avevano precedentemente ricevuto una formazione di molte ore non solo sulle tecniche della raccolta differenziata e della SUP, ma anche sulla ricerca qualitativa e sulla storia dei rifiuti e delle plastiche) acquisivano dai ristoratori informazioni sui prodotti utilizzati nel ristorante per l'asporto e la consegna a domicilio, informazioni sulle pratiche di differenziazione dei rifiuti che erano ignote ai partner del progetto (ad esempio, problematiche relative allo spazio che i cassonetti dedicati a specifici rifiuti devono trovare nei cortili, o alle relazioni con i condomini e inquilini dei palazzi dove i ristoranti svolgono la propria attività il loro modo di gestire i rifiuti). Anche in questo caso, il ruolo dei mediatori e delle mediatrici si è rivelato imprescindibile. Le loro iniziative hanno aiutato inoltre a superare la diffidenza nei confronti del personale di Amsa e Aprica, diffidenza generata dal timore di ricevere multe in caso di mancata ottemperanza alle norme. L'assenza di intento sanzionatorio è stata sempre chiarita in fase di pre-ingaggio, e continuamente ribadita in quella di ingaggio, eppure l'ispezione visiva della raccolta differenziata – per individuare eventuali errori nella separazione delle diverse frazioni – ha rappresentato comunque un ostacolo a causa dell'apprensione residua che l'accompagnava. D'altra parte, la presenza del personale di Amsa e Aprica ha garantito le competenze tecniche necessarie per rispondere a tutte le domande e i dubbi di operatori e operatrici dei ristoranti.

Non è stata semplice neppure la terza fase. Senza contare le pause dettate dall'emergenza sanitaria, sono stati necessari degli intervalli di tempo tra gli incontri di ingaggio e quelli di monitoraggio, necessari perché i ristoratori avessero modo di apprendere le indicazioni ricevute, di ragionarci, e apportare eventuali modifiche alle routine degli esercizi. Questa frammentazione non ha giocato a favore della continuità nell'interesse a partecipare. La competenza del mediatore/mediatrice si è misurata, anche in queste circostanze, nel riuscire a mantenere comunque aperti i contatti e nel convincere dell'importanza di ogni singolo passo per la buona riuscita del progetto nel tempo. Ha aiutato molto che sia stato sempre lo stesso mediatore o la stessa mediatrice a recarsi in un determinato ristorante, che si siano stabilite quindi relazioni personali di fiducia, in modo da portare avanti un dialogo tra interlocutori specifici, senza dover ripartire daccapo ad ogni incontro.

## 7. UN CAVEAT E UNA POTENZIALITÀ

Dal punto di vista del metodo, per valutare l'intervento legato a *Un sacco et(n)ico*, si deve sottolineare un *caveat*: l'interesse dei suoi risultati non sta nella rilevanza statistica. Si tratta infatti di risultati fortemente limitati dal numero dei ristoratori che hanno effettivamente aderito, una decisione – quella di aderire – che era fuori dal potere di controllo della ricerca (specie in una congiuntura pandemica) e che introduceva anche un *bias* di autoselezione dei ristoratori che acconsentivano. A rischio dell'ovvio, va ricordato che per nessuno dei

risultati raggiunti ha senso effettuare una comparazione tra comuni; basti considerare il fatto che a Milano il database di partenza era molto più ampio rispetto a quello di Bergamo e Brescia (così più numerosi sono poi stati i ristoranti coinvolti) semplicemente perché a Milano i ristoranti sono di più. Lo stesso discorso vale per i tipi di cucina più rappresentati: non solo non esauriscono il ventaglio di quelle che si trovano, ma, ad esempio, sono stati coinvolti molti ristoranti cinesi e peruviani, mentre altri tipi di cucina sono rappresentati da un singolo ristorante. È ovvio che i tipi di cucina più rappresentati abbiano mostrato maggiori casi di errori nella differenziata e di utilizzo di prodotti in plastica monouso, ma questo non significa che tale caratteristica sia intrinseca al tipo di cucina. Non si possono quindi in nessun modo trarre conclusioni come (solo a titolo di esempio) “la cucina cinese è più/meno sostenibile in termini di utilizzo di plastica monouso rispetto alla cucina peruviana”.

Da un altro lato però, partendo dalla consapevolezza che una questione come la gestione dei rifiuti urbani non ha alcuna “pallottola d’argento” che la risolva, va enfatizzato il valore del carattere esplorativo di un progetto che è stato guidato da una domanda precisa: (“la MLC può servire da strumento di *nudging* nella sostenibilità in ambito urbano (superdiverso)?”), ha trovato una risposta empirica ed è stato sostenuto da una procedura ben definita, praticabile, replicabile e scalabile.

Sempre dal punto di vista del metodo, è bene richiamare che il campione dei ristoranti contattati è stato costruito su una duplice base. Si è partiti da una interrogazione dal data base Tripadvisor, incrociata con una interrogazione del database TARI, la tassa sui rifiuti urbani<sup>15</sup>.

Ci sono ovviamente altri vincoli che hanno agito sul progetto e che hanno richiesto delle negoziazioni: se Amsa, per esempio, in generale era più concentrata sulla raccolta differenziata e sarebbe stata a priori più interessata a un’indagine rivolta a esercizi dimensionalmente maggiori in termini di rifiuti generati, la committenza di Fondazione Cariplo metteva invece l’enfasi sulla ricezione della Direttiva SUP. Ma entrambe si sono dimostrate molto interessate alle aree linguistico-culturali che il progetto individuava e di conseguenza molto aperte alla sperimentazione dello strumento della MLC.

Il criterio di effettiva selezione dal campione generale è stato in ultima istanza dettato dalla concreta disponibilità/auto-selezione dei ristoratori. Si è trattato quindi di un criterio non pro-quota (ossia un criterio che abbia proceduto pesando quanti ristoranti nel campione stavano in rappresentanza di quanti ristoranti nell’universo urbano per quale tipologia), ma neppure del tutto *random*. Non siamo quindi di fronte a una ricerca da manuale di scienza sociale, ma piuttosto a una sonda, un carotaggio guidato da una domanda chiara, da prassi sperimentate. Il progetto propone insomma un modo di procedere molto più di quanto non proponga risultati. E non pretende di trarre conclusioni forti da basi fragili di evidenza.

Gli incontri con i ristoratori hanno messo l’enfasi sullo studio delle pratiche attuate nei ristoranti in relazione a rifiuti e SUP, tenendo bene presente che ogni pratica è sempre fatta di tanti aspetti che vanno osservati simultaneamente, e che la costruzione discorsiva degli intervistati è solo uno di questi aspetti. Così, mentre il primo contatto ruotava attorno a una serie di domande, il contatto successivo apriva la possibilità dell’osservazione e del dialogo anche se le condizioni materiali della ricerca consentivano di affrontare solo poche questioni, nel tempo limitato che i ristoratori e i loro addetti erano in grado di concedere in un normale, intenso, giorno di lavoro.

<sup>15</sup> L’interrogazione in questo caso è stata invece condotta dal personale di Amsa e Aprica e si è rivelata di particolare importanza perché i dati TARI indicano con precisione quale è la quota di scarto organico generato da ogni specifica attività di ristorazione.

## 8. RISULTATI

I risultati del progetto sono stilizzati nelle infografiche che ora fanno parte di un rapporto di sintesi consultabile on line sul sito del progetto già più volte richiamato. Qui non intendo ripercorrerli in dettaglio, ma voglio commentare il principale, ossia che la domanda di ricerca di *Un sacco et(n)ico* ha trovato una risposta positiva: ha consentito di metter a confronto, in due momenti nel tempo, un piccolo campionamento di ristorazione etnica urbana, valutandone il margine di miglioramento intercorso durante l'intervallo, sia nella qualità della raccolta differenziata, sia nella riduzione delle plastiche monouso, sia ancora della sostituzione di queste ultime con materiali compostabili o riutilizzabili.

La MLC si è rivelata efficace come strumento di spinta gentile in entrambe le direzioni e questo è suffragato da alcune evidenze. Nella fase di ingaggio, la rilevazione ha trovato che la quasi totalità dei ristoranti coinvolti utilizzava ancora plastiche monouso per asporto e consegna a domicilio (contenitori per alimenti e posate soprattutto); che circa la metà dei ristoratori ignorava i contenuti della Direttiva SUP e che gli errori nella raccolta differenziata dei rifiuti erano molti. Al completamento della fase di monitoraggio, l'impiego delle plastiche tradizionali si è mostrato significativamente ridotto: quasi due terzi dei ristoranti si erano nel frattempo indirizzati o verso l'eliminazione di alcuni polimeri di sintesi, o verso la loro sostituzione con i compostabili; mentre quasi il 50% aveva sostituito completamente almeno un prodotto in plastica usa e getta. Anche la raccolta differenziata risultava migliorata, sia dove erano stati introdotti i contenitori dedicati prima mancanti, sia dove erano stati ridotti gli errori nella separazione dei rifiuti: l'attività sul campo è stata quindi in grado di identificare e mappare quelli più frequentemente commessi nello smistamento, perché ha lavorato sui diversi tipi di residuo, osservando i processi che li facevano arrivare in modo scorretto ai diversi tipi di bidoni.

Se un elemento critico si staglia sugli altri, questo riguarda l'orientamento dei ristoranti verso materiali dotati della marcatura richiesta dalla Direttiva SUP a certificazione della loro compostabilità: si tratta di un punto delicato, poiché in taluni casi tali materiali acquistati come compostabili mancavano del tutto di questa marcatura, provenendo da circuiti di contraffazione che si offrono a basso prezzo ma non garantiscono i requisiti richiesti dalla legge.

## 9. CONCLUSIONI

Le evidenze che emergono dal progetto *Un sacco et(n)ico* non ambiscono a presentarsi come statisticamente robuste e di certo sono assai mescolate, eppure contengono elementi promettenti, che incoraggiano approcci pragmatici e plurali al problema ambientale, quindi sia nuove ricerche, azioni e sperimentazioni che impieghino la spinta (*nudge*) della MLC nell'ambito ampio della sostenibilità, sia nuovi studi empirici sulla portata e il ruolo delle lingue migranti nelle decisioni di interesse pubblico e nei comportamenti più orientati al benessere sociale.

Nel panorama di segni che punteggiano gli spazi pubblici e la realtà multilingue e multi-etnica di Milano, Bergamo e Brescia, alla chiusura del progetto se ne è aggiunto qualcuno (esemplificato nelle Figure 3-6): le nuove linee guida sulla raccolta differenziata; i manifesti che illustrano in prodotti monouso in plastica ora vietati o che lo saranno, le alternative compostabili disponibili; i diplomi di partecipazione al progetto e l'adesivo di *Un sacco et(n)ico*. Sono i segni lasciati nei ristoranti che hanno accettato di co-costruire un'occasione di interazione positiva con le istituzioni che ne regolano l'attività, e di rappresentarsi alle comunità linguistiche che li frequentano e per le quali sono punti di



riferimento, anche attraverso queste nuove iscrizioni. Se *Un sacco et(n)ico* aveva un ulteriore e più generale obiettivo, mirava infatti a raggiungere non solo gli addetti alla sala e alle cucine, ma anche il mondo di cittadini e cittadine che fruisce di quella ristorazione e di quei luoghi pubblici. Quest'ultimo è un coinvolgimento importante anche sotto il profilo della riduzione di quel fenomeno che viene definito con l'espressione inglese *littering*, ossia l'abbandono (accidentale o volontario) dei rifiuti di piccole dimensioni negli spazi pubblici. E questo *littering* pone questioni non meno rilevanti di quelle implicate dalla gestione dei rifiuti all'interno degli esercizi, tanto più in considerazione del fatto che, durante e dopo la pandemia, esso è peggiorato soprattutto nelle città, dove le persone tendono a vivere in strada più di quanto non accadesse prima.

Le pagine precedenti, insomma, hanno tracciato la genesi e la *ratio* dell'apparizione di questi segni e oggetti nuovi che sono anche discorsi situati, con il potere di costruire significato, segni e oggetti dinamici che, anche attraverso lingue immigrate, riorganizzano gli ambienti urbani con l'obiettivo di guidare scelte socialmente virtuose.

Senza essere partito con questo obiettivo, il progetto *Un sacco et(n)ico* ha quindi agito sul PL preesistente, articolandolo. In particolare, ha fatto leva sul suo carattere performativo, sulla sua duplice natura di specchio di trasformazioni in atto, di indicatore di crisi e di motore di trasformazioni che avvengono proprio attraverso il panorama delle lingue in movimento (Shohami, Gorter, 2009).

Nella misura in cui il progetto ha mobilitato la MLC come strumento per innescare cambiamenti socialmente desiderabili, ha portato anche l'attenzione sulla valenza pedagogica e politica del PL, in particolare laddove la traduzione rivela fratture di significato nei testi, suscita risposte in reazione ai cambiamenti e stimola l'attivazione delle persone che osservano il PL (Malinowski *et al.*, 2020; Bellinzona, 2021; Spolsky, 2021).

È chiaro che cambiare i comportamenti dei cittadini e delle cittadine si presenta come una delle maggiori sfide che i governi, a livello globale, nazionale e locale, hanno dovuto affrontare durante la pandemia e che devono affrontare in mezzo alla crisi climatica. E proprio le nuove emergenze contribuiscono a illuminare il ruolo che la MLC può svolgere sulle cerniere tra la comunità di appartenenza e le autorità della città e del paese in cui esse vivono. Sensibilizzare cittadini e cittadine alla necessità di ridurre il consumo delle plastiche e l'abbandono di rifiuti non è affatto solo questione di decoro urbano, ma una partita assai più grossa. Ed è anche occasione di pensare, pragmaticamente e democraticamente, le scelte politiche, territoriali ed ecologiche anche nella loro dimensione linguistica.

Figura 6. L'attestato di partecipazione, tradotto in una delle lingue del progetto



## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Antonini R. (2014), *La mediazione linguistica e culturale non professionale in Italia*, Bononia University Press, Bologna.
- Barni M., Bagna C. (2015), “The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL”, in *Linguistic Landscape: An International Journal*, 1, 1-2, pp. 6-18.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Blommaert J. (2013), *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Bonini N., Hadjichristidis C., Graffeo M. (2018), “Green Nudging”, in *Acta Psychologica Sinica*, 50, 8, pp. 804-826.
- Calvi M. V. (2015), “Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese”, in Calvi M. V., Perassi E. (a cura di), *Milano città delle culture*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, pp. 467-476.
- Calvi M. V., Uberti-Bona M. (2020), “Negotiating languages, identities and space in Hispanic linguistic landscape in Milan”, in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 41, 1, pp. 25-44.
- Chiesi A., De Luca D. (2012), “Imprenditori immigrati in Italia: il problema della dimensione e dell’efficienza”, in *Quaderni di Sociologia*, 58, pp. 41-65.
- Cortelazzo M., Pellegrini F. (1999), *Semplificazione del linguaggio amministrativo. Manuale di stile*: <http://www.maldura.unipd.it/buro/gel/gel.html>.
- Cortelazzo M. (2021), *Il linguaggio amministrativo. Principi e pratiche di modernizzazione*, Carocci, Roma.
- Ferro A., Frigeri D., Stramenga E. (2019), *L’impresa di migranti a Milano, una risorsa per la città un’occasione di sistema*, Osservatorio internazionale sull’inclusione finanziaria - Centro studi di politica internazionale CesPI, Milano: [https://www.cespi.it/sites/default/files/documenti/position\\_paper\\_cespi\\_fin\\_05\\_07\\_19\\_def\\_milano\\_0.pdf](https://www.cespi.it/sites/default/files/documenti/position_paper_cespi_fin_05_07_19_def_milano_0.pdf).
- Garzone G., Archibald J. (a cura di) (2014), *Definire la mediazione linguistica e culturale. Un approccio multidisciplinare*, numero monografico di *Lingue, culture, mediazioni*, 1-2: <https://www.ledonline.it/index.php/LCM-Journal/issue/view/53>.
- Geyer R., Jambeck J., Lavender Law K. (2017), “Production, use, and fate of all plastics ever made”, in *Science Advances*, 3, 7: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.1700782>.
- Jullion M-C., Sergio G. (a cura di) (2021), *I linguaggi amministrativi nel mondo. Un viaggio attraverso il web*, FrancoAngeli, Milano.
- Keysar B., Hayakawa S., An S. (2017), “The Foreign Language Effect: thinking in a foreign language reduces decision biases”, in *Psychological Science*, 23, 6, pp. 661-668.
- Machetti S., Siebetchu R. (2017), *Che cosa è la mediazione linguistica e culturale*, il Mulino, Bologna.
- Malinowski D., Maxin H., Dubreil S. (2020), *Language Teaching in the Linguistic Landscape: Mobilizing Pedagogy in Public Space*, Springer, Cham.
- Maly I., Blommaert J. (2019), “Digital ethnographic Linguistic Landscape analysis (ELLA 2.0)”, in *Tilburg Papers in Culture Studies* 233, pp. 1-25.
- Mariottini L., Tedeschi S., Sánchez Castellanos A. (2020), *La mediación lingüística y cultural. Teorías y nuevos enfoques para el estudio de la lengua y cultura española e hispanoamericana*, Hoepli, Milano.
- McFarlane S., Cipolletti-Perez H., Weissglass C. (2020), “Thinking in a Non-native Language: a New Nudge?”, in *Frontiers on Psychology*, 11, pp. 1-10.

- Mertens S., Herberz M., Hahnel U. J. J., Brosch T. (2021), “The effectiveness of nudging: a meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains”, in *PNAS*, 119, 1, pp. 1-10: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2107346118>.
- Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021), *La presenza di migranti nella città metropolitana di Milano*: <https://www.lavoro.gov.it/documenti-e-norme/studi-e-statistiche/Documents/La%20Presenza%20dei%20Migranti%20nelle%20aree%20metropolitane,%20anno%202021/RAM-2001-Milano.pdf>.
- Pütz M., Mundt N. (eds.) (2018), *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo-Toronto.
- Shohami E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York -London.
- Schweitzer J.-P., Gionfra S., Pantzar M., Mottershead D., Watkins E., Petsinaris F., ten Brink P., Ptak E., Lacey C., Janssens C (2018), *Unwrapped: How throwaway plastic is failing to solve Europe’s food waste problem (and what we need to do instead)*, Institute for European Environmental Policy (IEEP), Brussels. A study by Zero Waste Europe and Friends of the Earth Europe for the Rethink Plastic Alliance: [https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2018/04/Unwrapped\\_How-throwaway-plastic-is-failing-to-solve-Europes-food-waste-problem\\_and-what-we-need-to-do-instead\\_FoEE-ZWE-April-2018\\_final.pdf](https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2018/04/Unwrapped_How-throwaway-plastic-is-failing-to-solve-Europes-food-waste-problem_and-what-we-need-to-do-instead_FoEE-ZWE-April-2018_final.pdf).
- Spolsky B. (2021), *Rethinking Language Policy*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Thaler R., Sunstein C. R. (2008), *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Penguin, London.
- Uberti-Bona M. (2021), “Il progetto ‘Paesaggi e Lingua’: criteri, applicazione e sfide nello studio del paesaggio linguistico”, in *Italiano LinguaDue*, 1, pp. 537-561: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15899>.
- Unioncamere - Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021), *Le imprese a titolarità immigrata in Italia. Uno sguardo di insieme e l’impatto della pandemia*, a cura di CeSPI e Deloitte Consulting: [https://www.unioncamere.gov.it/sites/default/files/comunicazione/Primo%20piano/2021/Impresa\\_Migrante.pdf](https://www.unioncamere.gov.it/sites/default/files/comunicazione/Primo%20piano/2021/Impresa_Migrante.pdf).
- Vertovec S. (2007), “Super-diversity and its Implications”, in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054.
- Wei X., Jiao Y., Growe G. (2018), “The Making of Entrepreneurship: Does Language Ability Matter?” in *Small Business Economics*, 13: <https://ssrn.com/abstract=3139384>.

