

Ota de Leonardis - Diana Mauri – Franco Rotelli

LA EMPRESA SOCIAL

Colección

La Investigación social

Ediciones Nueva Visión - 1995

Buenos Aires – Argentina

Titulo original en italiano

L'impresa sociale

Edizioni: Anabasi SPA - 1994

Milano - Italia

Con la contribución (entrevistas, discusiones, fragmentos escritos, sugerencias y revisiones) de:

Mario Tommasini, don Andrea Gallo, Mario Zucchi, Domenico Mirabile, Maurizio Costantino, Fabio Pittuco, Franco Bellingeri, Ivo Garbarino, Alain Dupont, Claudio Ronchi, Thomas Emmenegger, Giuseppe Ducci, Paola Conigliaro, Liliana Saccarelli, Manuele Bondi, Gianfranco Stefani, Laura Cammelli, Michael Coughlan, Michael Stoll, Dagmar Schilka, Katia Gehring, Harriet Riedel, Britta Kniesche, Rodolfo Giorgetti, Renate Görden, Roberto Colapietro, Carmen Roll, Giancarlo Carena, Antonio Villas, Massimo Gardone, Alessandra Muran, Aldo Di Bella, Adriana Attanasio, Isabelle Sanchez, Giovanna Butti, Pina Ridente, Pina Declich, Claudia Ehrenfreund, Tiziana Mozzoni, Luca Fontana, Meto Salijevic, Cristina Flamarique, Vitaliana Cecchetti, Massimo Carocci, Marie Murphy, Tony Abyrne, Jaquie Horan, Robert Van der Laan, Claude Aymaud.

Este es un libro colectivo, y no sólo porque en su construcción han contribuido muchas personas, como se ve en la lista: el propio libro es parte de la empresa de la que se trata. Las personas a las que debemos la idea de este libro y la voluntad de narrarlo son muchas más, son las que han llevado adelante la empresa. Les agradecemos y nos excusamos por los errores y las omisiones. Sobre todo por las omisiones vinculadas con los proyectos y las iniciativas emprendidas cuando el libro ya estaba terminado. No pudimos seguir su ritmo...

Incluso la búsqueda iconográfica fue un trabajo colectivo que comprometió, además de a las sedes de las experiencias narradas en el texto, a Massimo Gardone, Alessandra Muran y Antonio Villas, de los laboratorios Zip y Hill de Trieste, a Dante Lomazzi, Silvia Pizzorno y Achille Mauri, de Pontaccio S.p.A., de Milán, con la ayuda de Jlia Rotelli y Andrea Bandelli. Las imágenes de la cubierta y los iconos en el texto son de Pontaccio S.p.A. En cuanto a las publicidades reproducidas en el libro, las de Todo Blanco de Santo Domingo, de los restaurantes de las empresas sociales, de los productos de la Cascina San Nicolao, de los Secreterial Services de Dublín, de los objetos de Hill, del video Operina, son de Zip: las de la cooperativa Magazzino y de Etoile GmbH son de Pontacchio S.p.A.; la de los servicios Cabiria es de Kaleidos; la publicidad del Théâtre du Crève-Coeur de Ginebra es del centro Gaia. Les agradecemos por habernos permitido la reproducción.

Agradecemos también a Giovanna Gallio, Giulio Gilardi, Franca Ongaro Basaglia, Renato Curcio y Renate Görden por haber podido tomar prestados algunos fragmentos de libros por ellos escritos o cuidados: haremos referencia a medida que aparezcan.

También queremos agradecer a las personas con las que hemos discutido algunas de las cuestiones que se tratan en el libro. Con Laura Balbo hemos discutido las afinidades con la perspectiva friendly; con Ezio Manzini y Giorgio De Michelis, del diseño de los servicios; con Mary Douglas, de cultura de empresa; con Robert Castel, de sociedad del trabajo, con Gregorio Arena, Umberto Allegretti, Fabrizio Cafaggi, de administración pública; con Hugo Cohen y Vicente Galli, del Norte y del Sur; con Hugo Mercer, de evaluación de la calidad de los servicios, y con Benedetto Saraceno, de psiquiatría y salud mental.

Por último, agradecemos a Sandro Mariotti D'Alessandro, de Anabasi, por haber decidido compartir con nosotros el riesgo de la empresa social.

INDICE

PARA COMENZAR

1. LA EMPRESA SOCIAL NO ES...

1. La empresa social no es una empresa con algo de “social”
2. La empresa social no es asistencia con algo de trabajo
3. La empresa social no es lo social como empresa.

2. UNA POSIBILIDAD REAL

1. La empresa social persigue y produce sinergias entre el mundo de la asistencia y el mundo de la producción. *Trieste: las instituciones inventadas con el método de la desinstitucionalización. Génova: una teología de la liberación de los intercambios sociales. Parma: una administración-comunidad. Diferencias. Mantener las cosas juntas. En Santo Domingo. Dinero.*
2. La empresa social se apoya en la simultaneidad de los procesos de formación profesional y de trabajo. *Aprender haciendo. Aprender a emprender.*
3. La empresa social construye, al mismo tiempo, espacios para arriesgar y redes de seguridad para los participantes. *Crear empresas, crear trabajo. El riesgo, una pasión. Los risk-takers. Una variante: la confianza. Empresas en riesgo.*
4. La empresa social conquista y combina las energías de los contextos locales. *Una ciudad. El papel del azar. Redes interpersonales. Los actores se hacen.*
5. La empresa social se expande en la pequeña dimensión y en la diversificación de los campos de acción. *El lugar justo. Las diversidades: multiplicadores de intercambios. Adelante y atrás. Intercambios reales, intercambios plenos.*
6. La empresa social produce calidad de los productos, de los procesos, del hábitat social. *Trabajos y productos calificados. Producto y producción. Estética y ética. Calidad del hábitat social.*
7. La empresa social desarrolla una actividad reparadora de los recursos del medio ambiente y de las capacidades de las personas. *Lugares. Capacidad. Instituciones.*
8. La empresa social cambia los estándares de la asistencia. *¿Cómo cambian los estándares? Quiero ser el Estado. Un balance social de empresa.*

3. ¿QUÉ PODEMOS APRENDER DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES?

- El sueño de la buena administración.
- Acerca de los operadores
- Otras aspiraciones acerca de la
- administración pública.
- ¿De qué sinergia se trata?