

Ravello Lab 2011

Sessione 1

“Cultura e città: la pianificazione strategica a base culturale nelle aree urbane”

Documento Introduttivo

INTRODUZIONE

Nel nostro tempo di cambiamenti accelerati, di globalizzazione dei processi, di rivoluzioni tecnologiche, di crisi finanziarie ed economiche le città appaiono sempre più luogo di paradossi, contraddizioni, e conflitti. Tuttavia è nella città che è prodotta la ricchezza di un paese: la città rappresenta infatti il punto di partenza per costruire un futuro più desiderabile a beneficio di tutti. Qui possono nascere processi di rigenerazione economica (circolare e non lineare), coesione sociale, sostenibilità ambientale e partecipazione democratica.

La speranza di un futuro urbano complessivamente più desiderabile trova il suo fondamento nella **creatività** delle città.

La creatività rappresenta il capitale immateriale più importante, la vera forza ed energia di una città, senza la quale essa diventa stagnante, ovvero declina. Conoscenza e cultura sono il fondamento della creatività e costituiscono il *milieu* essenziale al suo dispiegarsi.

Il modello della Città Creativa è stato elaborato compiutamente dall'UNESCO nel 2004 con la progettazione del 'Creative Cities Network'. Il network è costituito per promuovere lo sviluppo sociale, economico e culturale delle città in tutto il mondo, dai paesi sviluppati a quelli in via di sviluppo.

Oggi più della metà della popolazione mondiale vive nelle città, ed il concetto stesso delle 'Creative Cities' è basato sulla convinzione che la cultura giochi un ruolo fondamentale nella evoluzione e nel rinnovamento delle città stesse, con la creatività che diviene un elemento chiave per tutte le istituzioni nella pianificazione economica.

CITTÀ, CULTURA E GRANDI EVENTI

Molte città in tutto il mondo rappresentano se stesse con l'immagine di città creativa, proprio perché stanno investendo sempre di più in *cultura come catalizzatore di creatività*.

La cultura sta diventando il centro delle diverse strategie spaziali, ambientali, economiche, ecc, di sviluppo.

La sfida è quella di restaurare e riqualificare i “luoghi” storici della città, il suo paesaggio culturale, storico, architettonico, in una prospettiva di produzione culturale.

Un elemento che si riscontra sempre più frequentemente nei processi di rigenerazione urbana è rappresentato dalla promozione di “grandi eventi” (tra cui, il più significativo è rappresentato dal modello delle Capitali Europee della Cultura): celebrativi (festival, commemorazioni, ecc); commerciali (fiere, mercati, mostre); sportivi (Coppa America, Olimpiadi); artistici (concerti, spettacoli cinematografici); ecc.

Essi attraggono visitatori, ma anche investimenti che contribuiscono all'economia locale, accelerando processi di cambiamento. Per ridurre il declino urbano si investe in queste iniziative interpretate come catalizzatori di interessi e di processi di sviluppo.

Quanto più sono ancorati ai “luoghi”, questi eventi risultano tanto più efficaci, poiché contribuiscono a riprodurre identità nella globalizzazione omogeneizzante.

Spesso gli eventi sono interpretati come soluzioni quasi miracolistiche per combattere i mali della città. Certamente possono essere l'innesco di nuovi processi in grado di aumentare la “capacità attrattiva” di investimenti esogeni, forza lavoro specializzata, talenti, visitatori, turisti. Gli eventi dunque possono determinare effetti moltiplicativi, nuove sinergie, nuove connessioni, nuove reti, nuova capacità di progettualità istituzionale.

QUALI CONDIZIONI PER IL SUCCESSO DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO A BASE CULTURALE?

A quali condizioni le esperienze di sviluppo urbano a base culturale possono produrre *buoni* risultati?

Dalla valutazione ex post delle esperienze realizzate occorre partire per produrre una conoscenza nuova, non legata a specifici contesti ma generale e generalizzabile per suggerire azioni e scelte efficaci in altri contesti.

Il successo è tanto maggiore, quanto più sono in grado di potenziare l'infrastrutturazione materiale ed anche immateriale della città, producendo non solo reddito aggiuntivo, nuova occupazione, sviluppo locale, ma anche capitale sociale e umano. Il rischio è quello di evitare processi di mera cosmesi urbana, di mera estetizzazione dello scenario fisico-spaziale della città, di mera spettacolarizzazione, festivalizzazione/brandizzazione della città.

In altri termini il rischio è che dopo l'evento, gli unici impatti che durano nel tempo siano quelli economico-immobiliari, senza una ricaduta sulla vita della città, sulla vita dei suoi abitanti, sulla cultura urbana che riflette il modo di lavorare, agire, interagire.

In ultimo l'evento deve essere interpretato come uno strumento in grado di incrementare una capacità istituzionale allargata, accrescendo capacità di fare, generando fiducia e consapevolezza tra la società civile e i cittadini, condensando coesione territoriale. In questo modo le città diventano learning city e l'evento funziona da coagulo e generatore di apprendimento ed innovazione.

L'approccio del laboratorio parte da specifiche esperienze (i "fatti"), elabora criticamente idee circa queste esperienze (valutazione), per apprendere come proporre nuove azioni capaci di riconfigurare i fatti, evitando errori, ambiguità, insuccessi e migliorando l'azione programmatica.

Le domande che ci si può porre e che intendiamo porre al Laboratorio sono dunque molteplici:

Placemaking

- Come far diventare gli spazi pubblici ed i "luoghi" il punto di partenza di nuove strategie di rigenerazione?
- Come promuovere processi partecipativi legati ai "luoghi", tali che generino autogestione, autorganizzazione, autogoverno?
- Quali meccanismi possono utilmente ingenerare le dinamiche di co-design utili a rendere percepibile la partecipazione al progetto-evento da parte della comunità dei residenti e degli utenti?

Strategia

- Come promuovere eventi che costruiscano anche *senso* perché promotori di nuova identità?
- Come promuovere effetti moltiplicativi e *sinergie* che durano nel tempo?

Misurabilità

- Quali indicatori adoperare per valutare gli effetti diretti, indiretti, indotti, delle esperienze di rigenerazione?;
- Come valutare la capacità di stimolare un milieu autenticamente creativo, capace di migliorare la qualità della vita per tutti gli abitanti?
- Quali indicatori individuare per restituire il valore sociale dei processi di rigenerazione urbana?
- Quali pratiche e strumenti consentono l'acquisizione dei dati necessari alla implementazione del sistema di learning per le istituzioni?

Applicabilità

- Come ridurre il gap tra modelli teorici di rigenerazione urbana e la pratica concreta?
- Come trasferire le buone pratiche nel contesto delle aree meno sviluppate (Mezzogiorno d'Italia, ecc.) e delle strategie di sviluppo regionali?