

DISTRETTI CULTURALI e SVILUPPO DEL TERRITORIO

ovvero:

il furbo Re Mida

come trasformare le ricchezze del territorio in oro, senza rovinarsi

Asuni 21-22 aprile 2007

INDICE

<i>Antonio RUBATTU</i>	Distretti culturali e sviluppo del territorio	pag. 2
<i>Su Disterru o.n.l.u.s.</i>	Un problema di economia compatibile a livello territoriale: il progetto di Asuni	pag. 6
<i>Piero Ausonio Bianco</i>	Quanto dista il Museo dell'Emigrazione di Asuni dal MoMa di New York? Reti sociali, culture locali ed emigrazione	pag. 39
<i>Giorgio PIZZIOLLO</i> <i>Rita MICARELLI</i>	Distretti Culturali come Strutture di Relazione	pag. 54
<i>Piero Luigi Sacco</i> <i>Guido FERILLI</i>	Distretti culturali e sviluppo del territorio: modelli, teorie ed esperienze	pag. 58
<i>Anna UTTARO</i>	Moltiplicare le chiavi d'accesso: innesti vitali tra arte e pianificazione	pag. 65
<i>Esperienze italiane</i>		
<i>Ermanno DE BIAGGI</i>	Aspetti istituzionali ed organizzativi nella gestione degli ecomusei. L'esperienza piemontese	pag. 75
<i>Gaetano RINALDI</i>	Le Marche, una Regione al plurale: dal Museo diffuso ai Distretti Culturali	pag. 78
<i>Sergio MACCAGNANI</i>	Cultura e sviluppo economico: il caso della filiera Cinema-Televisioni- Prodotti multimediali di Bologna	pag. 81
<i>Cristina DEFFEYES</i>	Sotto la neve: i giacimenti culturali per un nuovo turismo in Valle d'Aosta.	pag. 87
<i>Fabio PARASCANDOLO</i>	Territori rurali e sostenibilità nel processo di costruzione della Sardegna turistica	pag. 95
<i>Il Progetto Asuni</i>		
<i>Centro di documentazione</i>	LE VOCI DELL'EMIGRAZIONE" - Conservare le voci ed i gesti del mondo dell'emigrazione	pag. 109
<i>Roberta MUSCAS</i> <i>Diego LOI</i>	Verso la costituzione del Distretto Culturale della Marmilla: una strategia per la governance e lo sviluppo del territorio.	pag. 124
<i>Alberto MASALA</i>	LOGOS - residenza di produzione culturale	pag. 132
<i>Anton ROCA</i>	mARTmilla. Percorsi d'arte nel territorio	pag. 140
<i>Bepi VIGNA</i>	Fumetto in Sardegna: tradizione e prospettive di attività e scambi culturali	pag. 147
<i>Luca FAIS</i> <i>Michel KRAMERS</i>	Sogni a spazi aperti: un festival di arte e teatro in strada per lo sviluppo del distretto culturale della Marmilla	pag. 151

DISTRETTI CULTURALI e SVILUPPO DEL TERRITORIO

Ovvero:

il furbo Re Mida:

come trasformare le ricchezze del territorio in oro, senza rovinarsi

Asuni 21-22 aprile 2007

Il termine distretto proviene dal mondo dell'industria ed indica normalmente un territorio in cui viene rilevata la forte predominanza di aziende di produzione di un bene in specifico.

In Italia i "distretti" sono legati particolarmente al mondo della piccola e media industria, che opera in innumerevoli settori: il mobile, il tessile, l'oreficeria, o il calzaturiero, l'agroalimentare e la componentistica auto, creando aggregati industriali territorialmente circoscritti, organizzati, o in maniera consortile, o di semplice vicinanza: in qualsiasi caso il distretto si dimostra tale quando è in grado di soddisfare le esigenze dell'intero ciclo industriale dalla produzione alla commercializzazione.

Il "Distretto culturale", un modello innovativo

L'utilizzo di questo termine per l'universo dei beni culturali, in realtà indica soprattutto un sistema "specializzato" di fruizione di un "bene culturale", in grado di migliorare le strutture di valorizzazione, dal momento che incide soprattutto sull'organizzazione della dimensione o urbana o territoriale che lo accoglie.

Inoltre, come per un qualsiasi altro distretto, quello "culturale" diventa tale quando è in grado di fornire tutti quei servizi in grado di soddisfare la specifica domanda di un'utenza nella maggior parte dei casi fortemente specializzata.

Mancanza di una rete di "distretti culturali" a dimensione territoriale

Fin dal suo sviluppo turistico a partire dal settecento, in Italia, i "distretto culturale" sono una realtà ben presente, anche se non sono chiamati con questo nome di origine recente: le "città d'arte" sono infatti realtà organizzate per valorizzare i beni artistici ed architettonici in contesti a forte dimensione urbana.

Il sistema a "distretto" è invece poco diffuso a livello territoriale. Pur con esperienze sporadiche di organizzazione a "distretto" delle offerte culturali, i risultati nella maggioranza dei casi, si presentano disomogenei e fortemente discontinui. Da segnalare l'interessante caso delle Marche, una regione che da diversi decenni, diffonde il concetto di "museo a cielo aperto", con questo ricordando come la fruizione dei loro giacimenti artistici sia oggi possibile solo se la si associa alla dimensione territoriale.

Cosa distingue il distretto culturale, prima definizione

In qualsiasi caso per cominciare un discorso sulla formazione di un distretto culturale bisogna comunque parlare di un sistema, di relazioni in grado di associare il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, sia materiali che immateriali, con le infrastrutture e il resto degli altri settori in grado di produrre servizi al sistema di distrettuale a cui si intende dare vita.

La realizzazione di un distretto culturale ha l'obiettivo, da un lato, di rendere più efficiente ed efficace il processo di produzione di "cultura" e, dall'altro, di ottimizzare, a scala locale, i suoi impatti economici e sociali.

Ogni area territoriale organizzerà il suo modello di distretto intorno al suo *asset* più pregiato (il termine di estrazione dal lessico manageriale viene adottato in quanto marca il senso di valorizzazione che occorre dare al "bene culturale" che caratterizza il distretto). E le tipologie di beni culturali da valorizzate sono assolutamente disparati, da nuclei artistici ed architettonici (le città d'arte), a caratteristiche naturali a modificazioni antropiche del territorio (ad esempio, l'ecomuseo dei terrazzamenti e della vite di Cortemilia, Piemonte), a resti di cultura industriale (i musei minerari), fino a specificità locali di cultura popolare (ad esempio, le maschere dei Mamuthones di Mamoiada, attorno al quale è sorto il Museo della maschera mediterranea ed un conseguente flusso turistico).

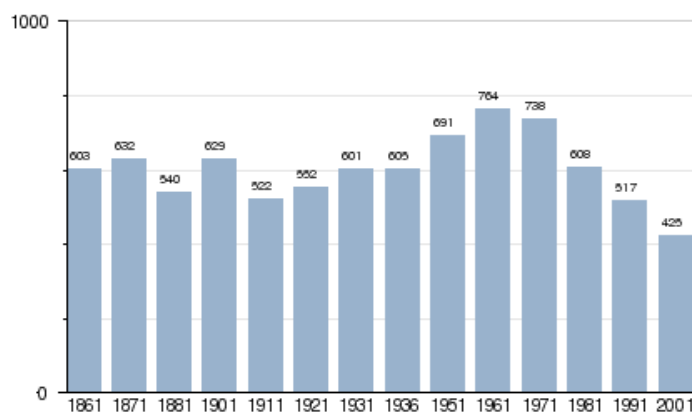
Evidentemente, nella sua concreta applicazione il distretto culturale sarà strutturato in termini differenti a seconda del nucleo da valorizzare, ma tutto ciò non esclude che, indipendentemente dalle sue forme concrete, sia possibile definire un "modello generale" di riferimento.

Più specificamente, fanno parte del distretto culturale fondato sulla valorizzazione dei beni culturali: i beni culturali che, singolarmente o “a sistema”, sono oggetto del processo di valorizzazione; l’insieme delle altre risorse del territorio (dal patrimonio storico ed ambientale a tutte le espressioni della sua cultura) in grado di sostenere l’offerta del processo di valorizzazione dei beni culturali; le imprese che, indipendentemente dal settore di appartenenza, forniscono ulteriori servizi necessari al processo di fruizione dei prodotti del processo di valorizzazione, quali, per esempio, i servizi di accoglienza, o di ristorazione.

Perché un Distretto Culturale nella Sardegna centrale?

Asuni è un piccolo paese della Sardegna interna, non troppo distante dal mare né troppo isolato tra le montagne della Sardegna centrale, con un’economia tradizionale basata sull’agricoltura e sull’allevamento, ma anche con esperienze industriali legate all’estrazione mineraria. Il tessuto sociale tradizionale non ha mai presentato particolari problemi di ordine pubblico. Un paese che ben rappresenta quella Sardegna tranquilla ed operosa che non fa notizia, proprio perché la normalità non attrae l’attenzione delle cronache.

Asuni però ben rappresenta il fenomeno che negli ultimi decenni ha pesantemente caratterizzato la Sardegna, ed in particolare i paesi interni: lo spopolamento. L’andamento della popolazione asunese negli anni (vedi figura)



Data from ISTAT

suggerisce che il paese riuscì a superare le ristrettezze del dopoguerra grazie alle risorse dell’economia tradizionale; ma, a partire dagli anni ’70, il modello economico tradizionale non è più capace di reggere le attese della popolazione, soprattutto quella più giovane, che trovò quindi più opportuno emigrare, spopolando il paese ad un livello tale da bloccare il ricambio demografico.

Ora Asuni ha quasi la metà degli abitanti che aveva solo 40 anni fa, ed il paese è un susseguirsi di case abbandonate e di corti che assomigliano a piccole giungle, per il sopravvento che hanno preso gli alberi piantati una volta per dare fresco ed abbellire le case, ed oggi rigogliosamente cresciute ed inselvaticite.

L’Asuni degli anni 2000 si basa su un’economia marginale e di sussistenza legata al ciclo agricolo.

Poche sono le attività di altro genere (un laboratorio di pasticceria che vuole esportare al di fuori di Sardegna ed una falegnameria industriale), perché mancano le basi per avviare interventi economici standard. Difficile impiantare un ciclo industriale perché manca il personale competente e i supporti necessari. Qualsiasi iniziativa imprenditoriale richiederebbero costi di avviamento così alti che ben difficilmente si potrebbe raggiungere una compatibilità economica in grado di reggere allo scontro sul mercato reale. Quali prospettive quindi per Asuni?

I casi della vita

Non solo le vicende umane sono guidate da eventi capaci di cambiare il corso degli eventi in modo imprevedibile, ma anche i luoghi e le culture umane possono avere sviluppi inaspettati, grazie a vicende apparentemente di piccolo conto. Per Asuni, questo evento capace di modificare le prospettive del paese è rappresentato da un giovane che, negli anni ’80, si trovò ad emigrare in Italia, dove ha raggiunto buone

posizioni nel proprio lavoro e che, grazie anche al livello culturale, è stato capace di osservare il fenomeno dell'emigrazione con un occhio più aperto rispetto alle solite lamentele sul bel tempo andato e sull'impoverimento che l'emigrazione ha portato.

Antonio, geometra che ora lavora a Bologna, ricevette in eredità la casa familiare, ormai abbandonata da anni, e pensò che sarebbe stato bello se questa casa fosse diventata un luogo simbolo dell'emigrazione. Attorno a questa idea di Museo – Centro di Studi si coagularono altri sardi di fuori, che trovarono così un luogo dove poter sperimentare idee per la ricrescita economica della Sardegna.

Sufficientemente inseriti nel tessuto sociale ed economico delle regioni che li ospitano e quindi capaci di osservare i fatti sardi con occhi allenati a comprendere quanto incida il tessuto sociale sulle intraprese economiche, questo gruppo di *disterraios* aveva la percezione tangibile delle cause del fallimento del modello tradizionale di intervento economico, basato sulla concessione di contributi monetari per attività economiche di provenienza esterna. La mancanza di un capitale umano locale capace di tradurre nella realtà del luogo le iniziative di provenienza esterna ha reso queste iniziative sporadiche e non capaci di auto sostentarsi una volta finito il contributo pubblico.

Ma quali strade occorreva invece percorrere, per privilegiare le specificità umane del luogo ed offrire uno spazio alle molte competenze maturate in contesti differenti da quella sarda?

Nasce così il “Progetto Asuni”, cioè un'idea di sviluppo territoriale che si basa non sulle risorse materiali del luogo, ma sull'immaterialità che un concetto come quello di emigrazione è capace di evocare.

Il “Progetto Asuni” nasce attorno al “Museo – Centro di Studio sulle culture migranti”, ed a questo si legano un secondo gruppo di iniziative, estremamente diversificate, che raccolgono le intuizioni artistiche evocate dalla parola “emigrazione” e che sono state proposte dai *Disterraios* riuniti attorno al progetto. Il loro obiettivo non è quello di “fare estetica” sulle sofferenze di chi ha visto interrotto il proprio legame con il futuro a causa dell'emigrazione, ma permettere invece la riappropriazione della propria storia e a riprendersi il ruolo di promotori dello sviluppo del territorio.

Per fare il punto scientifico sulle prospettive e sulle metodologie di realizzazione di un Distretto Culturale, Asuni ha ospitato nell'aprile 2007 un Convegno sottotitolato “Il furbo Re Mida: come trasformare in oro come trasformare le ricchezze del territorio in oro, senza rovinarlo”

Il convegno si è sviluppato su più aree: partendo dalla definizione di distretto culturale, passando attraverso le esperienze italiane più significative per arrivare alla presentazione delle attività in corso del “Progetto Asuni”.

Contenuti

Questo numero di Inchiesta raccoglie i materiali che hanno portato a immaginare, progettare e realizzare il distretto culturale chiamato “Progetto Asuni”, assieme agli interventi scientifici del Convegno.

Il primo articolo, elaborato a più mani da Su Disterru, l'associazione dei “sardi di fuori” promotori dell'iniziativa, presenta per l'appunto in dettaglio il Progetto Asuni.

Il secondo intervento, firmato da Piero Ausonio Bianco, responsabile del “Centro di Documentazione sulle culture migranti” di Asuni, applica il ben noto concetto delle reti sociali alla realizzazione di un Museo che vuole studiare le emigrazioni come un potente motore di creazione e diffusione dell'innovazione.

I successivi articoli, a firma di Giorgio Pizziolo e Rita Micarelli, Piero Luigi Sacco e Guido Ferilli, Anna Uttaro, approfondiscono i nodi teorici e metodologici dei Distretti Culturali.

Ermanno de Biaggi, Cristina Deffeyes, Sergio Maccagnani, Gaetano Rinaldi e Fabio Parascandalo presentano infine specifiche esperienze di sviluppo locale e di valorizzazione del turismo culturale relativi al Piemonte, alla Val d'Aosta, le Marche, Bologna e la Sardegna.

Il numero si chiude con gli interventi degli artisti e performer coinvolti nel “Progetto Asuni”: attraverso le loro parole si comprenderà come termini quali “transumanza, emigrazione, viaggio, terre di confine” possano essere interpretate dalla sensibilità estetica, con l'intenzione di creare un patrimonio condiviso delle popolazioni attorno alle quali nasce il distretto culturale e che da queste possano poi essere offerte al vasto mondo.

C'è che offre mare e spiagge o antichità e Musei, chi offre cibi e vino, e c'è chi, come ad Asuni, offre la propria esperienza esistenziale alla riflessione del visitatore.

Un problema di “economia compatibile” a livello territoriale: il progetto di Asuni

Su Disterru Onlus

Capitolo 1 : Un modello di intervento diverso: il quadro teorico.....	3
Premessa	3
Una programmazione diversa	3
Formazione e didattica: le due armi vincenti	3
Sviluppo di servizi e attività produttive sostenibili a basso impatto	3
Capitolo 2 : L'obiettivo del progetto: Un polo museale ad Asuni inteso come centro di un futuro distretto della cultura nell'Alta Marmilla.....	5
Il museo e il centro di documentazione	5
Capitolo 3 : Descrizione del polo museale e del centro di documentazione di Asuni.....	6
Premessa	6
La diaspora del popolo sardo: handicap e opportunità	6
Sardi di dentro tra continuità e innovazioni	6
Necessità di un progetto di crescita organica	7
Progetti specifici per realizzare il progetto di base	7
Le idee dal mondo: uno sguardo aperto e una visione internazionale	8
La potenzialità della diaspora dei Sardi	8
Una continuità territoriale virtuale, reale	8
Capitolo 4 : Gli Strumenti del museo e del centro di documentazione	10
La sede	10
Museo della memoria	10
Centro di documentazione	10
Centro di Formazione	10
Casa editrice	11
Struttura ricettiva	11
Asuni, il paese	11
Cos'è Su Disterru	11
Capitolo 5 : Cosa intendiamo con l'idea di distretto della cultura	14
premessa	14
Come si intende agire	15
Caratteristiche del progetto di distretto	15
Le attività del distretto	16
Le Finalità	16
Capitolo 6 : Il progetto degli ecomusei e il loro sviluppo	18
Il reperimento delle risorse locali	19
La creazione di reti relazionali: sviluppare il partenariato a livello locale	19
Capitolo 7 : esempi	20
I VILLAGGI DEL LIBRO : Una esperienza di successo	
IL TEATRO DI STRADA : una rete di possibilità	
IL MIDNIGHT SUN Festival, un successo internazionale e una scommessa che sembrava impossibile	
IL PAESE DELLA LETTERATURA : Grignan	
Capitolo 8 : Note.....	27
1) Piemonte e ecomusei	
2)La dichiarazione di Trento sugli ecomusei	
3) Economia di mercato e terzo settore	
4) La riscoperta dell'economia locale	
5) Progresso ed energia, un rapporto da cambiare	
6) L'ecoturismo: un modo per rispettare l'ambiente e se stessi	
7) "Learning E-work", un modo diverso di lavorare	
8) Il club dei distretti industriali	
9) I distretti, un modello di organizzazione industriale di successo	
10) Manifesto dell'Arte e dell'Impresa	
11) I sistemi locali e lo sviluppo del paese	
12) Il ruolo delle Regioni nello sviluppo del territorio	

Capitolo 1 : Un modello di intervento diverso: il quadro teorico

Premessa

E' ormai diffusa la convinzione che la ricchezza culturale di un paese non sia costituita solo dal suo patrimonio industriale, o artigianale, ma dall'interrelazione di fattori quali quelli ambientale, storico, sociale e archeologico.

Questo perché, accanto agli elementi di economia classica, si riconosce un maggiore valore a molti elementi un tempo poco considerati a cominciare dalle tradizioni gastronomiche locali, i dialetti e le parlate, i costumi, gli stili di vita, i modi di divertirsi, i giacimenti di cultura materiale legati a certe lavorazioni artigianali e in molti casi presenti solo in piccoli territori. Tutto questo viene sempre più spesso definito "patrimonio locale", seguendo in ciò la definizione anglosassone di Local Heritage, oltre alle stesse indicazioni contenute nelle direttive europee che rilevano come proprio le "particolarità" presenti a livello locale nell'Unione europea siano da considerare fonte di ricchezza e sviluppo economico.

L'identità locale e il suo mantenimento, diventano perciò uno degli aspetti che sempre di più emergono come fattore di progresso economico e come un elemento direttamente legato ai processi di sviluppo, in grado di plasmare il rapporto con la comunità locale, come un elemento stabile, teoricamente definibile in sede di analisi di programmazione.

Una programmazione diversa

In un modello economico così poco definibile con i metri della normale analisi economica emergono aspetti nuovi su cui basarsi nel quadro di una corretta programmazione territoriale, a cominciare dal coinvolgimento delle comunità locali interessate. Deve essere chiara la consapevolezza che la partecipazione delle collettività al progetto diventa un fattore molto più importante delle doverose azioni di informazione o di consultazione nell'ambito delle diverse gerarchie di programmazione.

Partecipazione significa condivisione di obiettivi e dei metodi per raggiungerli, significa idee che si devono mobilitare per costruire un progetto collettivo. Partecipazione non è adesione di massa a un progetto deciso da pochi, ma sforzo per ragionare su un obiettivo in modo collettivo. Il concetto di partecipazione non può essere disgiunto da quello di organizzazione della società locale e richiede progetti specifici e non generici inviti al coinvolgimento.

Formazione e didattica: le due armi vincenti

In un simile contesto acquista fondamentale importanza la formazione e la didattica. Che deve comprendere in primo luogo la preparazione dei membri della collettività interessata a ricevere e sfruttare al meglio le opportunità che si devono creare. Si tratta di un tipo di formazione molto diverso da quella tradizionale e di cattedra, che deve necessariamente coinvolgere anche esperienze dirette e attività sul campo. La formazione riguarda nella stessa misura gli amministratori locali e gli abitanti del territorio, perché è verso di loro che si cerca di trasmettere uno stile nuovo di uso del territorio. La didattica con le scuole è poi una attività cruciale per il rapporto con parti di società altrimenti irraggiungibili.

Sviluppo di servizi e attività produttive sostenibili a basso impatto

Si è sempre ritenuto che le attività produttive sostenibili producono un basso sviluppo in termini di occupazione. In pratica, vi è sempre stata la convinzione che il principale modo di arrivare ad un aumento del numero degli occupati fosse da ricercare in massima parte nelle possibilità fornite dai modelli di sviluppo tradizionali, legati sostanzialmente all'industria, che perciò presumeva uno sviluppo territoriale che partendo dal miglioramento delle infrastrutture (urbanizzazioni delle aree interessate, miglioramento dei servizi ecc.) creasse le migliori condizioni per l'installazione delle imprese. Se

questo è stato per molti decenni il modello di riferimento in sede di programmazione, bisogna però anche sottolineare come nell'attuale si siano aperti numerosi varchi che lasciano trapelare nuovi modelli di progettualità sia economica che sociale. Questo, probabilmente, perché lo stato di profonda crisi in cui versano numerosi processi industriali tradizionali sta provocando una diminuzione percentuale degli standard dei livelli di vivibilità sociale con pericolose ripercussioni al livello degli standard dell'occupazione.

E che molti settori tradizionali allo sviluppo siano in crisi lo si può verificare nella nostra isola, dove molti dei comparti legati all'economia industriale tradizionale (il petrolchimico, il tessile, l'estrazione lapidea e lo stesso settore del sughero), stanno vivendo i loro momenti peggiori dal punto di vista dei risultati economici.

In realtà, come si rileva da più parti, la fase dell'industrializzazione pesante nella nostra isola è terminata e con molta probabilità, seppure con le dovute differenze rispetto ad altri territori, anche in Sardegna ci si trova in qualche maniera avviati verso una matura fase post-industriale. Una fase, che mortificando alcuni settori economici ne esalta altri fino a non molto tempo considerati nella nostra isola di nicchia e marginali: a cominciare dal turismo, la gastronomia l'organizzazione del tempo libero, che si legano nella maggior parte dei casi alle particolarità territoriali, alla loro unicità e per questo interessanti rispetto alle richieste del mercato. Tutto ciò sta spingendo molti di questi settori un tempo ritenuti quasi irrilevanti a rivestire un ruolo leader in termini di sviluppo.

Un posto particolare in questo panorama di nuove fonti dello sviluppo sta rivestendo il settore della cultura e della spettacolarità legati non solo al tempo libero, ma alla progettazione e all'organizzazione di eventi artistici.

Ovvio che il fenomeno non riguarda la sola nostra regione, ma in generale interessa il complesso delle realtà italiana ed europea. Realtà che spesso in questo ultimo decennio hanno puntato in misura sempre maggiore rispetto al passato verso modelli di intervento innovativi in sede di ristrutturazione territoriale. Ristrutturazione industriale che ha quale nocciolo duro lo sviluppo di sistemi di intervento capaci di creare un punto di incontro fra le particolarità locali (gastronomiche, artistiche, archeologiche, ambientali) e la domanda di pubblici interessati di consumatori.

Capitolo 2 : L'obiettivo del progetto: Un polo museale ad Asuni inteso come centro di un futuro distretto della cultura nell'Alta Marmilla

Il museo e il centro di documentazione

Ad Asuni, nel 2003, la onlus “su Disterru” e la locale amministrazione comunale, hanno voluto dare vita ad un percorso di rivalutazione del paese e del territorio attraverso la nascita di un museo e di un centro di documentazione sulla vita, la cultura e il percorso storico dei sardi della diaspora. Un museo e un centro di documentazione in grado di diventare il fulcro di un discorso sociale, culturale ed economico molto più ampio e in grado di coinvolgere la popolazione.

Bisogna dividere il progetto in alcune parti ricordandosi che non bisogna considerarle disgiunte: intanto la creazione di un centro organizzato di analisi e ricerca sui problemi della diaspora presuppone da una parte una struttura documentaria e bibliotecaria direttamente legata alla catalogazione e alla programmazione di mostre e iniziative intorno al tema della diaspora sarda, in grado di portare alla luce i suoi giacimenti culturali. Lo scopo del museo e del centro di documentazione è perciò di organizzare in maniera scientificamente corretta le produzioni dell'emigrazione sarda: il museo e il centro di documentazione di Asuni vogliono diventare i contenitori e i curatori di quella moltitudine di materiale prodotto dai “sardi di fuori” in termini di collezioni fotografiche, libri, manifestazioni e strutture associazionistiche.

Fra i suoi scopi vi è principalmente l'organizzazione di un lavoro di catalogazione e di raccolta degli oggetti della memoria e della vita dei “sardi di fuori”: dalle lettere alle pubblicazioni a stampa, dai manufatti alle biografie dei sardi della diaspora.

Tutto verrà reso fruibile tramite mostre e manifestazioni che avranno quale scopo principale quello della trasmissione della memoria e del vissuto dei “sardi di fuori” nel contesto della cultura del nostro popolo.

Ma il secondo scopo del museo è quello di diventare per l'intera area dell'Alta Marmilla un centro di discussione e un luogo di riflessione sull'universo culturale dei sardi e sul ruolo che quelli “di fuori” possono avere sia in ambito isolano che in quello ben più vasto di riferimento europeo.

Nella proposta dei formulatori e dell'amministrazione comunale di Asuni, il museo deve diventare un centro di incontri e di manifestazioni capaci di suscitare ulteriori iniziative in grado di migliorare il grado di conoscenza del territorio dell'Alta Marmilla e dei suoi abitanti per i quali deve diventare una opportunità sia in termini di miglioramento sociale che economico. Attraverso il lavoro del museo i formulatori del progetto, vogliono dare vita a iniziative capaci di contribuire in maniera concreta al miglioramento della vivibilità del territorio.

Capitolo 3 : Descrizione del polo museale e del centro di documentazione di Asuni

Sardi di fuori e Sardi di dentro: un progetto di ricomposizione attraverso un museo e un centro di documentazione

Premessa

Il popolo sardo è costituito di Sardi di fuori e di Sardi di dentro. I termini “emigrato”, “emigrazione” non sono più sufficienti a descrivere la discontinuità della distribuzione dei Sardi nel mondo, né la realtà sociale, economica, culturale sottesa a tale situazione.

Nostra convinzione è che la realtà sarda possa trarre beneficio da una ricomposizione – collaborazione tra queste due componenti. Ciò presuppone mettere a confronto e in sinergia le risorse umane, di idee, culturali, intellettuali, economiche di queste due componenti. Richiede di fare fruttare ciò che, fino ad oggi, è stato un oggettivo svantaggio per i Sardi e per la Sardegna: una società fortemente sminuita attraverso lunghi decenni, delle forze morali, intellettuali, di lavoro, riversate in tutto il mondo. Una comunità sociale, in Sardegna, economica, culturale, fortemente impoverita, mutilata, frammentata.

La diaspora del popolo sardo: handicap e opportunità

Se da un lato non si può non considerare ciò che la diaspora del popolo sardo è costata in termini di sradicamento, di dispersione dei nuclei familiari, di sacrifici, di alienazione, di svuotamento di intere zone in Sardegna, diventate estremamente permeabili a improvvisi, radicali, traumatici cambiamenti, non sempre adeguati alle necessità di un armonico sviluppo economico culturale, dall'altro, in questa dispersione, possiamo oggi riconoscere un enorme patrimonio di risorse nel senso sopraddetto: umano, culturale, di esperienze, abilità, ed economico. La cultura di origine si è sposata, ha interagito, con quelle di arrivo. Si è avuta l'occasione di osservare da vicino e condividere esperienze di popoli altri, in ambienti sociali altri da quello di provenienza, di confrontarsi in maniera continuativa con le nuove realtà, capirne il funzionamento, gli strumenti, le abitudini, la lingua: pur ad alti costi, un'occasione di arricchimento eccezionale. Non si può ignorare che, in molti casi, l'elaborazione del nuovo ha comportato la sottostima dei valori di partenza, il rigetto, talvolta per incapacità di sintesi culturale, talvolta per complessi di inferiorità.

Il quadro sarebbe incompleto se non si facesse riferimento a quanti, numerosi, numerosissimi, hanno perso, a quanti hanno dovuto soccombere alla mancanza di mezzi, di affetti, di relazioni, alla malattia; o se dimenticassimo anche quelli che tornano in Sardegna e vivono la loro condizione di disambientati anche in casa loro, in un territorio incapace e impreparato ad accogliere chi ritorna a casa; ed essi stessi incapaci di inserirsi nella realtà mutata rispetto all'epoca di partenza.

Né si può ignorare la condizione del Sardo di fuori, straniero dappertutto: in Sardegna e nel luogo di lavoro e di residenza abituale. Per tale motivo, uno degli obiettivi che l'Associazione si pone è quello di progettare e realizzare strutture e iniziative adatte a migliorare tale situazione.

Sardi di dentro tra continuità e innovazioni

Dall'altro lato i Sardi di dentro hanno vissuto in un continuum l'evoluzione della realtà della Sardegna, del territorio, della società, della lingua, della cultura in generale, interpretandola, essendone protagonisti, quand'anche non sempre liberi in ambito decisionale, nelle scelte da realizzarsi nel proprio territorio e spesso, anzi, pesantemente condizionati da fattori esterni, ma soprattutto estranei, contro l'interesse dei Sardi e della Sardegna; troppo spesso costretti ad accettare scelte economiche, ambientali, sociali, assurde a una considerazione di lungo periodo, sotto il ricatto immediato della necessità dello stipendio che un posto di lavoro offre. Né possiamo tacere l'atteggiamento di chi, pur cosciente del rovinoso effetto di certe scelte, le ha sostenute opportunisticamente se non altro, per potere racco-

gliere le briciole. Non sono certo estranei anche alla realtà dei Sardi di dentro, atteggiamenti di rifiuto, di deprezzamento, di svilimento, di rigetto dei valori della propria società e cultura, in primo luogo della lingua – a ciò indotti da una dissennata, barbara politica scolastica - e anche dell'economia organica al territorio, sia essa di antica tradizione o meno.

Siano i tempi, siano i nuovi strumenti di comunicazione che mettono in relazione ormai luoghi lontani, l'accesso alla conoscenza di esperienze, di mondi, di ambienti altri, sono accessibili a chiunque e i Sardi di dentro sono andati anch'essi di pari passo con il resto del mondo in questo senso. Processi di riappropriamento e di valorizzazione della propria cultura, della propria economia, rappresentano oggi forti motivi di evoluzione: si pensi alla valorizzazione delle colture viticole e all'industria enologica arrivate in Sardegna ad alti livelli qualitativi e con alcune cantine che producono vini internazionalmente noti, ad altre industrie agro-alimentari che sono riuscite a diffondere prodotti della tradizione sarda (si pensi al pane carasau, ai dolci, ai liquori), alla produzione dei coltelli ormai apprezzati anche fuori della Sardegna. Se non possiamo considerarli come fenomeni economici di primaria importanza, indubbiamente giocano un importante ruolo di 'economia sussidiaria'. Ma si pensi anche alle realizzazioni di imprese ad alto tasso tecnologico come nel campo della telefonia e dei servizi telematici, di grande significato finanziario, in grado di offrire servizi in tutta Europa .

Tutto ciò convive con realtà economiche estranee, disorganiche al territorio, penalizzanti, spesso degradanti in forma grave l'ambiente, fortemente compromettenti la salute delle popolazioni.

Necessità di un progetto di crescita organica

Crescita economica, crescita culturale, crescita sociale, crescita di civiltà, infine, possono e devono andare di pari passo.

Tale crescita deve essere voluta e intrapresa dai Sardi in prima persona, da tutte le componenti del popolo sardo. Lo iato - ciò che è discontinuità, mai vera divisione, in ragione della continuità delle relazioni parentali, familiari, quand'anche in famiglie fisicamente divise, delle relazioni con il paese di provenienza, del territorio in genere – deve diventare vantaggio, valore aggiunto.

Per ciò è necessario un grande progetto che non prevede necessariamente una ricomposizione fisica della diaspora dei Sardi: né è pensabile o necessariamente auspicabile, un rientro in Sardegna dei Sardi di fuori, né è pensabile che sia terminato il movimento dalla Sardegna verso fuori.

Ciò significa che il progetto dovrà tenere conto anche delle realtà, delle situazioni di chi si sposta dalla Sardegna verso il fuori, più o meno stringenti che siano le motivazioni economiche e culturali che determinano lo spostamento; e dovrà tenere conto anche delle necessità, della realtà dei Sardi che rientrano in Sardegna, ciò che può significare anche, quando necessario, mettere in atto strategie, strutture fisiche, logistiche, attività di sostegno economico e morale, culturale in genere. O, anche, fornire, a chi rientri con l'intento di realizzare attività economiche, il necessario sostegno di idee, di strutture, di consulenze, di finanziamenti per la buona riuscita dei progetti. Ciò presuppone anche un certo tipo di funzionamento e caratterizzazione degli istituti di Credito legati al territorio e capaci di redistribuire in loco il denaro drenato ai risparmiatori sardi.

Progetti specifici per realizzare il progetto di base

Ciò che è imprescindibile è che un progetto quale questo deve contemplare perlomeno un accordo fra le due componenti di "dentro" e di "fuori" del popolo sardo, che entrambe sentano come progetto ed esigenza propria e che entrambe si considerino come obiettivo e destinatarie del progetto. Un progetto, quindi, che rappresenti un ordito di innumerevoli fili che abbia come centro la Sardegna, il suo territorio, la sua cultura, la sua economia, che alimenti e che si alimenti, attraverso i fili che da essa si dipartono - e che ad essa arrivano - da qualunque luogo dove siano Sardi e comunità di Sardi.

Preliminari al progetto generale sono i progetti di base che prevedono la documentazione delle realtà di fatto in Sardegna e fuori della Sardegna, che preliminarmente mirino a individuare le risorse esistenti e impiegabili ai fini del progetto generale. Ciò significa, più in specifico, per esempio, fare un censimento non solo dei numeri, ma delle professioni, delle occupazioni, delle realizzazioni, delle

attività dei Sardi di fuori. Ciò significa ipotizzare possibili e singoli progetti nell'interazione con le energie dei Sardi di dentro, con le realtà economiche culturali della Sardegna.

Le idee dal mondo: uno sguardo aperto e una visione internazionale

Una qualunque attività potrà comunque essere avviata anche se questi ed altri studi preliminari non saranno giunti a compimento.

Il progetto necessita di strumenti adeguati a diffondere, propagandare, ricercare le idee, facilitare lo scambio di esperienze, la conoscenza di realtà di tutto il mondo, che possano essere diffuse e, eventualmente, quando utile, adottate.

Esperienze svolte, maturate in varie parti del mondo, modelli economici, tecnici, culturali, pedagogici, possono essere trasferiti con i necessari adeguamenti, in altri luoghi. E al mondo possono essere proposti modelli economici, culturali di casa in Sardegna.

Per chi vive nelle varie parti del mondo non è raro vedere come in quei luoghi, vengano utilizzate materie, materiali, risorse, situazioni, strutture organizzative che producono ricchezza, benessere o anche servizi migliori, una migliore qualità della quotidianità e che in altri luoghi vengono misconosciute e sprecate o mal utilizzate.

La potenzialità della diaspora dei Sardi

È questo ampio sguardo privilegiato su tutto il mondo, avendo in mente il proprio territorio, la propria cultura di origine, intuirne potenzialità, spesso avendo essi stessi maturato lunghe esperienze in determinati ambiti e settori e attività, tali da essere in grado di proporre e realizzare attività o comunque nuclei di sviluppo economico, modelli che possono essere amministrativi, di insegnamento, di trattamento dei problemi linguistici, di organizzazione politica e amministrativa.

Modelli, si badi, da tutti conoscibili, grazie, appunto, alle possibilità che gli strumenti di comunicazione e informazione attuali permettono. Ma, il vivere certe realtà, fornisce un diverso tipo di conoscenza e approccio, rispetto alla pura conoscenza da informazione, una conoscenza, potremmo dire 'in immersione'.

Se si pensa, per esempio, al dibattito sul Federalismo, sui federalismi, altro è la conoscenza teorica dei diversi sistemi o possibilità, altro è il vissuto quotidiano di chi si muove in una realtà federale.

Si pensi alla sconsolante impotenza in ambito di politica linguistica che vede inutili e spesso insulsi dibattiti che attribuiscono una spropositata importanza a questioni di dettaglio e si ignora il problema fondamentale dell'uso della lingua. Si veda come si tenti, in maniera irresponsabile e inconsulta, di imporre modelli linguistici calati dall'alto, inesistenti, artificiali che corrono il rischio di essere più dannosi della dissennata politica linguistica statale; o si tenta di imporre per legge, in barba a tutte le leggi e regole della comunicazione delle comunità parlanti, e in spregio a parte della popolazione, modelli minoritari e, anche questi, soprattutto, artificiali:

il pericolo immediato è quello che i sardofoni si rifugino nella sola lingua italiana piuttosto che accettare l'imposizione di una lingua artificiale o un modello esterno alla propria comunità, non sentito come proprio. E, in ciò, non si è in grado di valutare correttamente, traendone il giusto profitto, le esperienze di altri popoli.

Di qui la necessità e possibilità della diffusione di strumenti di prima mano, di conoscenze di simili realtà che permettano di relativizzare certe realtà. Di qui la necessità di potere servirsi di quei mezzi di informazione, di diffusione delle informazioni che possono essere un giornale, una rivista, una casa editrice, una televisione, un centro di documentazione, di una sede.

Una continuità territoriale virtuale, reale

Di qui l'obiettivo di porsi come attivi propositori di discussioni, di ipotesi, di progetti, di sollecitazioni per certe realizzazioni, tra le quali quello che si è detto l'ordito di relazioni che uniscono 'dentro e fuori' in un continuum, in una sorta di continuità territoriale in cui il territorio è rappresentato non solo e non tanto dal suolo della Sardegna, ma dall'insieme di relazioni umane, culturali, economiche che

hanno come tramite ideale e materiale la Sardegna e i Sardi. Potremmo dire, la nostra identità è la nostra terra; insieme, costituiscono il nostro territorio.

Una tale concezione di un simile continuum prevede necessariamente la proposta di un'organizzazione politico amministrativa capace di strutturarsi con rappresentanze dei Sardi di fuori, delle vere e proprie ambasciate, funzioni di cui possono essere investite anche le realtà associative dei Sardi esistenti in tutto il mondo, purché dotate di nuove energie, di nuove spinte ideali, di nuova organizzazione, capaci di raggruppare tutti coloro che con uno spirito democratico e volontaristico hanno come fine la ricomposizione del popolo sardo nei suoi valori, e di diffondere e sviluppare i concetti di solidarietà, di giustizia e rispetto per l'uomo, soprattutto per quello debole.

Contemporaneamente, ciascun luogo della Sardegna dovrà idealmente e, quando possibile, di fatto, rappresentare per gli abitanti che l'hanno lasciato, un luogo sempre pronto e attrezzato materialmente, idealmente, culturalmente ad accogliere chi torna. E chi torna non necessariamente ha bisogno di sostegno economico, quanto, può, in certi casi, avere bisogno di ritrovarsi a casa, di reinserirsi, pur con ciò che di diverso può portare con sé, nel proprio ambito in cui si riconosce.

Una tale forma di concezione-organizzazione, progettata, pianificata, costituisce di per sé una base già sufficiente ad alimentare quella rete di connessioni dette che si stabilisce tra dentro e fuori e che considera chi è partito come sempre facente parte della comunità di partenza.

Capitolo 4 : Gli Strumenti del museo e del centro di documentazione

Per affrontare e tentare di realizzare tali ambiziosi obiettivi, si individuano alcuni strumenti (si tenga conto che si tratta di progetti massimali che dovranno fare i conti con le possibilità dell'amministrazione, dell'associazione su Disterru e con la disponibilità degli enti finanziatori). Qui presentiamo sommariamente tali strumenti e i progetti:

- una sede in Sardegna;
 - un museo;
 - un centro di documentazione;
 - un centro congressi;
 - una struttura ricettiva per conferenzieri, studenti ecc;
 - una casa editrice;
 - una rivista;
- strutture protette per Sardi che rientrino in Sardegna e che si vengano a trovare in condizioni di svantaggio economico, fisico, o psicologico;
 - sedi collegate in tutto il mondo;
 - strumenti di comunicazione radio e televisivi e telematici.

La sede

La sede in Sardegna sarà ad Asuni, che oltre che sede legale, dovrà necessariamente essere dotata di tutti i moderni mezzi atti a sviluppare un modello di comunicazione multidisciplinare, in grado di ricevere gli apporti da parte di tutti, singoli e gruppi organizzati, interessati agli scopi dell'Associazione. Dovrà essere dotata di un Centro Congressi attrezzato dei più moderni mezzi di comunicazione con tutto il mondo, una sala Videoconferenze.

Dovrà essere dotata di una struttura ricettiva per i vari congressi, conferenze, seminari di studio, corsi di formazione.

Museo della memoria

Un centro sull'attualità e la memoria del popolo sardo, particolarmente segnato da un secolo di diaspora e dall'abbandono dell'Isola di quasi un terzo dei suoi abitanti.

Un Museo dotato di materiali scritti, fotografici, sonori e filmati che documentino anche le singole esperienze dei Sardi di fuori.

Centro di documentazione

Un centro di documentazione che sia propositivo di discussione fra i Sardi della diaspora e quelli dell'Isola, allo scopo di capire, inventare e adottare nuove regole di comprensione, in un mondo dove il continuo cambiamento deve necessariamente convivere con l'esigenza dell'appartenenza e, quindi, della condivisione di un modello di vita legato ad un particolare modello culturale. E ciò nello spirito di consolidamento di un rapporto di solidarietà e comprensione fra le diverse culture.

Centro di Formazione

Centro di formazione e di cultura particolarmente predisposto per:

- elaborazione e studio delle esperienze che i Sardi hanno sviluppato e appreso nella loro vita fuori dalla Sardegna.

- formazione indirizzata alla gestione del cambiamento;
- diffusione della cultura dell'economia dei deboli, della cooperazione e della piccola e media impresa, considerate come modelli positivi e grandi risorse per le comunità;
- diffusione della cultura della qualità dei servizi per l'uomo;
- diffusione della cultura del potere inteso come servizio alla comunità che si vuole gestire;
- diffusione della cultura delle religioni;
- diffusione della cultura dell'accettazione dell'altro e della comprensione e accettazione della diversità.

Casa editrice

Casa editrice con un'attività organizzata in collane, una rivista di approfondimento e con un autonomo corpo redazionale e comitato scientifico, che abbia, come obiettivo principale, la trattazione di tutte le tematiche di cui sopra

Struttura ricettiva

Un albergo con almeno un centinaio di posti letto, e un Centro di accoglienza in grado di offrire una permanenza di qualità agli ospiti e, allo stesso tempo, in grado di fare apprezzare le favorevoli condizioni climatiche della Sardegna.

Asuni, il paese

E' un piccolo paese dell'oristanese collocato in un territorio carico di storia in cui si possono leggere i segni di una antica presenza umana: menhir, dolmen, nuraghi, domus de janas, postazioni romane, edifici di epoca bizantina, romanica, giudicale, catalana e aragonese confermano l'importanza della zona nella storia della Sardegna.

Di grande interesse, poi, le sue caratteristiche naturalistiche: a cominciare dalla presenza di grotte, corsi fluviali perenni vicina ad una importante emergenza geologica quale la Giarra di Gesturi dove ancora oggi vive una folta popolazione di cavalli selvatici.

È, indubbiamente, un territorio di grande ricchezza sia storico che ambientale. Un territorio, come molti altri della nostra isola, oggetto negli ultimi quaranta anni di un importante fenomeno migratorio a rischio di completa desertificazione umana.

La scelta di Asuni da parte di su Disterru parte proprio dalla constatazione che bisogna prendersi carico come popolo sardo "di fuori e di dentro" di questo pericoloso fenomeno cercando le migliori forme in grado di invertirne la disastrosa tendenza. Bisogna, perciò, creare modelli di intervento in grado di rivitalizzare la rete di piccoli paesi dando loro scopi e mezzi in grado di riprogettare la vitalità sociale dei loro territori.

Cos'è Su Disterru

Su Disterru è una Onlus che nasce nel 2004 grazie al contributo di sardi emigrati soprattutto negli stati dell'Europa comunitaria. Disterru e disterrare nelle diverse parlate del sardo indica l'operazione di sterramento: cioè di dividere la terra con l'aratro per la creazione di un solco. Lo stesso termine nei componimenti poetici viene utilizzato per figurare lo sradicamento e l'emigrazione ed è sinonimo di diaspora, di popolo diviso. Bisogna infatti rendersi conto che i sardi che abitano nell'isola sono un milione e seicentomila e quelli che stanno fuori oltre seicentomila. Ma se a questi si aggiungono le loro famiglie, le due Sardegne si equivalgono. E' una Sardegna speciale che tramite l'emigrazione ha acquisito modelli culturali diversi da quelli di origine costruendo allo stesso tempo in tutto il mondo dei gruppi di interesse sociale e culturale stabili, questo grazie anche ad una fitta rete di circoli e associazioni: non bisogna infatti mai dimenticare che la nostra, come sottolineano molti documenti, si presenta come la comunità proveniente dallo Stato italiano meglio organizzata.

Ma tale patrimonio è quasi sconosciuto ai sardi che stanno sull'isola. La "diaspora" dei sardi di fuori risulta, in effetti, un argomento marginale nel più ampio dibattito sui problemi dell'isola: basta per esempio ricordare come ancora oggi sia difficile capire il peso che la parte emigrante sostiene sulla bilancia commerciale dell'isola e quanto inciderebbe la sua eventuale perdita; o quali contributi di conoscenza della nostra terra vengono dati all'estero dal lavoro volontario e attraverso le migliaia di manifestazioni, di esposizioni, di dibattiti e di fiere che vengono da loro organizzate.

Difficile non accorgersi come in molti casi, i sardi sull'isola non sanno quasi niente dei sardi in Francia, in Belgio, in Germania, mentre difficilmente accade il contrario.

Troppo spesso gli "emigrati" si rendono conto di quanto i "sardi di dentro" siano rimasti alla retorica della "valigia di cartone"; e pensano che chi è partito abbia sofferto per il distacco dai loro affetti familiari o di paese, costringendosi a vivere in un malinconico ricordo delle proprie origini. Il vero problema risulta il senso di appartenenza. Un senso di appartenenza che è anche un diritto che li spinge, molto più di quanto non si possa pensare, verso la ricerca di un loro maggiore coinvolgimento nell'ambito dei processi di miglioramento della loro terra.

Siamo infatti convinti che l'affermazione al "diritto di appartenenza" diventi un fattore irrinunciabile sia per il popolo dei "sardi di fuori" che per le loro famiglie. Probabilmente per una serie di fattori allo stesso tempo sociali, culturali e economici che in questi anni stanno incrociandosi in maniera determinante provocando per tale ragione un cambiamento dei modelli di lettura del fenomeno della diaspora.

Tutto ciò non fa altro che cambiare il modo di rapportarsi con i fatti dell'isola, che in tal modo interagisce sul cambiamento del senso di appartenenza da parte dei "sardi di fuori".

Come bisogna inoltre ricordare quanto ogni comunità di sardi "organizzata" in un dato territorio recepisce, a differenza dei sardi di dentro, stimoli di natura diversa, spesso contraddittori, ma sicuramente in grado di arricchire il loro patrimonio originale di nuovi strutture di riferimento..

Il problema che allora riteniamo doverci porre è di tentare la strada di un diverso spazio di comunicazione, di un nuovo modello di partecipazione, seppure nell'ambito di un comune e originale universo culturale. Il desiderio dei "sardi di fuori" di partecipare ai processi di cambiamento della nostra terra è perciò importante, come importante la voglia di rendere chiari e fruibili i loro desideri.

Per questa ragione su Disterru ha cominciato un lavoro di intervento sul campo partendo da un paese dell'Alta Marmilla, Asuni, tormentato da un forte spopolamento. L'intervento nella pratica consiste in una serie di azioni rivolte alla riorganizzazione sia economica che culturale e infine sociale dell'intero territorio.

L'inizio del lavoro di creazione del museo e del centro di documentazione è cominciato nel mese di ottobre con l'organizzazione di una serie di iniziative che hanno richiamato per l'inizio dei lavori che realizzeranno il nuovo centro culturale artisti, intellettuali, poeti, scrittori, attori e musicisti sardi e non che, insieme alla gente, hanno trasformato Asuni in un laboratorio di eventi e di spettacoli, realizzati nelle piazze, nei cortili del centro storico e nei siti archeologici di cui è ricco il paese. Tutto cercando di non relegare la gente nel ruolo di semplici spettatori degli eventi. Chi è venuto, scrittore o attore, è stato ospitato nelle case del paese, ha mangiato e vissuto con la gente parlando e discutendo con loro. Il primo risultato è che dell'esistenza di Asuni si è cominciato a parlare nel resto dell'isola; perché gli artisti e gli intellettuali convenuti in paese hanno suscitato l'interesse dei media locali e nazionali i quali hanno scritto, filmato e parlato ininterrottamente per un mese del progetto di centro di documentazione e del museo come nuovo modello di intervento in grado di valorizzare non solo Asuni ma l'intera Alta Marmilla.

Perché una delle ragioni che porta all'abbandono e alla morte di questi centri è il senso di inutilità che colpisce le persone: si scappa, perché non si sa cosa fare e semmai si va a fare da un'altra parte quello che si potrebbe realizzare qui. Si scappa per sfuggire all'angoscia, alla solitudine e alla marginalizzazione. Non è solo un problema di vuoto economico, di disoccupazione, ma di quel senso di morte che aleggia in un paese che non esprime più la sua funzione di centro di sentimenti, di luogo di relazioni sociali.

Per quest'anno le organizzazioni interessate al progetto di Asuni stanno programmando le nuove manifestazioni allo scopo di fare diventare l'evento un appuntamento annuale che comprenderà oltre l'appuntamento autunnale una serie di altri eventi nel resto dell'anno: una rassegna di cinema sardo

presentato direttamente dagli autori e dai registi e da laboratori di musica, voce e poesia. Con i bambini, poi, si intendono costruire delle operazioni di valorizzazione particolari rivolte sia alla conoscenza del loro territorio che alla valorizzazione del ruolo delle nuove generazioni. La prima di tali iniziative consiste nella costruzione di un monumento dedicato al loro paese da estendere a tutti i comuni del Consorzio di sa perda 'e iddocca, da realizzare con materiali poveri, in grado di segnalare la presenza di vita sul nostro territorio, una specie di ipoteca positiva per il futuro. Nello stesso periodo si presenteranno in alcuni paesi del Consorzio degli spettacoli di teatro di strada per stimolare un nuovo approccio con il proprio paese.

Ma non si vuole fare solo questo: attraverso il centro di documentazione e il museo, su Disterru e l'amministrazione comunale, hanno intenzione di dare vita ad un centro permanente di elaborazione poetica. L'idea è di fare venire ogni anno dei poeti ad Asuni, ospitarli nelle case e farli vivere insieme alla gente. Alla partenza lasceranno al paese una loro opera, che l'amministrazione pubblicherà in una speciale collana: Lo scopo è di fare diventare Asuni il paese al mondo dove si crea poesia. Si vuole che i poeti di tutto il mondo sappiano dell'esistenza di questo paese che loro devono considerare come un posto dove possono venire ed essere accolti”.

Capitolo 5 : Cosa intendiamo con l'idea di distretto della cultura nell'Alta Marmilla

L'obiettivo generale legato al progetto di Asuni, intende concentrarsi sulla creazione di un centro di documentazione e un polo museale che ha quale oggetto le culture dell'emigrazione e la specificità che questa rappresenta nella storia attuale del popolo sardo. Ma come lavoro di riorganizzazione territoriale vuole avere come riferimento l'intero territorio dell'Alta Marmilla con l'obiettivo di giungere ad un vero e proprio distretto della cultura e del tempo libero in grado di ristrutturare produttivamente l'intera area, attraverso un'organizzazione del territorio capace di sviluppare attraverso l'offerta di servizi ad hoc produzioni e soggetti economici che operano nel campo delle proposte culturali in campo artistico, della cultura, della cinematografia e della spettacolarità in senso lato.

Sappiamo molto bene che per la Sardegna si tratta di un discorso ancora poco frequentato e che le evidenti difficoltà economiche della nostra regione portano semmai gli amministratori a privilegiare progetti di industrializzazione classica, ma sappiamo anche che quanto stiamo proponendo non è una novità in Europa, dove la medesima strada è stata affrontata da altri soggetti pubblici e in condizioni molto simili a quelle oggetto del presente progetto.

E' così accaduto che in territori marginali, in molti casi più difficili rispetto a quello oggetto del presente progetto, si sono viste coraggiose amministrazioni locali (in molti casi in concorso con quelle nazionali e comunitarie) sviluppare dei poli di interesse di economia immateriale attraverso modalità di intervento informali e poco frequentate dalla programmazione economica più classica. I risultati non si sono fatti attendere e in pochi anni molti di quegli interventi hanno visto il rifiorire di territori sull'orlo del collasso, tormentati anche loro da pesanti fenomeni di disoccupazione, da mancanza di prospettive e a rischio di totale desertificazione umana.

Il nostro obiettivo è allora di dimostrare la giustezza dell'idea, attraverso l'esposizione di casi emblematici e chiarificatori.

premessa

Pensare ad operazioni di creazione di un distretto vuol dire avere la capacità di saper sfruttare le particolarità storiche, artistiche e culturali già presenti sul posto. Il problema è quello di dotare le aree interessate ad un simile progetto di un modello di riferimento e di un progetto complessivo capace di dotare l'area in oggetto di tutte le infrastrutture in termini di logistica e di sensibilità sociale che seppure in grado di contribuire alla rinascita economica dei loro territori non li stravolga e, anzi, ne preservi la loro identità. Questo anche perché, la conservazione dell'identità territoriale diventa a quel punto una delle carte vincenti che il territorio nel suo complesso può utilizzare sia nei confronti degli operatori che dei pubblici più vasti dei consumatori.

Il progetto vuole perciò dotare il territorio di quelle attrezzature che in maniera sinergica con le esigenze dei settori interessati siano in grado di offrire delle risposte adeguate alle esigenze degli attori che operano nei diversi settori della cultura, delle arti e della spettacolarità in termini di formazione professionale di alto livello, di laboratori, di luogo di accoglienza per compagnie ed artisti esterni, di produzione di spettacoli ed eventi, promozione e diffusione degli oggetti della cultura, di centro di documentazione (archivio cartaceo, fotografico, video, cdrom/dvd) e di consultazione in rete di specifiche banche dati, di biblioteche specializzate, di progettazione di attività di animazione per i giovani

E tutto questo in sintonia con le linee direttive del POR Sardegna, che sostiene come lo sviluppo del territorio deve essere impostato sulla valorizzazione del patrimonio paesaggistico, archeologico e architettonico attraverso interventi allo stesso tempo sia turistici che culturali in grado di portare verso la creazione di possibilità di formazione e di occupazione, ma soprattutto anche tenendo conto che la Sardegna:

- è un territorio poco conosciuto nell'ambito dei circuiti culturali europei;

- che la Sardegna è un'isola al centro del Mediterraneo con un vasto patrimonio culturale, archeologico, paesaggistico ed ambientale in grado di rappresentare un forte potenziale in termini di ricerca e di ipotesi di lavoro;
- che rappresenta una prestigiosa meta turistica italiana, anche se prevalentemente balneare, con una rilevante concentrazione soprattutto nei quattro mesi estivi;
- che la stessa offerta turistica ha necessità di venire diversificata coinvolgendo prima di tutto l'entroterra, soprattutto attraverso un prolungamento della stagione e operazioni di diversificazione rivolte a modelli turistici sostenibili dal territorio;
- che la proposta culturale offerta ai visitatori della nostra isola oggi viene assolta in buona parte da gruppi amatoriali interessati alle tradizioni folcloriche e che da più parti viene sollecitato un allargamento della domanda culturale;
- che la Sardegna, vista la sua condizione di insularità può diventare un luogo adatto per eventi culturali innovativi e di qualità, rivolti a pubblici di media grandezza;
- che la formazione professionale degli Enti di Formazione e delle stesse compagnie, quasi mai fornisce strumenti necessari allo sviluppo di interventi teatrali, artistici, poetici, musicali innovativi di qualità
- che nella maggior parte, i corsi professionali rivolti al mondo della cultura in senso lato, vengono concepiti in una ottica di supporto e soprattutto nell'ambito di politiche rivolte alle diverse forme di disagio, da quello giovanile a quello delle categorie protette. Per contro, le istituzioni esistenti nell'isola (Licei artistici, Accademia delle Belle Arti, Università), non sono in grado di offrire strumenti di formazione sufficienti;
- che i centri di educazione scolastica ed ambientale necessitano di collaboratori interdisciplinari in grado di sviluppare nuove forme di didattica.

Come si intende agire

Realizzare un cantiere internazionale per l'arte e il teatro per spazi aperti e di strada in Sardegna significa:

creare ed approfondire le competenze professionali per intervenire, nel campo del turismo culturale e della valorizzazione dell'ambiente urbano e naturalistico, con eventi spettacolari innovativi realizzati per centri urbani e siti di alto valore paesaggistico, archeologico e architettonico.

Fare acquisire sufficienti strumenti, tramite professionisti esperti e riconosciuti a livello internazionale, in grado di elaborare degli eventi di alta qualità e di attrazione particolare per un pubblico eterogeneo; il fine è quello di realizzare eventi in grado di valorizzare le ricchezze locali nell'ambito di progetti di sviluppo integrato. Ciò consentirà l'inserimento della Sardegna nell'area degli eventi internazionali oggi esistenti

creare dei presupposti per fare della Sardegna, un punto di riferimento importante e con una sua speciale fisionomia in grado di contribuire alla valorizzazione e alla diffusione della conoscenza del patrimonio culturale e delle risorse naturali della regione.

fare dell'attività di spettacolo e di animazione culturale uno strumento capace di attirare nuovi flussi di visitatori, contribuendo così all'espansione della stagione turistica e con ciò all'acquisizione di nuove quote di mercato legate al turismo culturale.

attraverso il confronto con altre professionalità non solo europee, stabilire un legame e scambi rivolti alla realizzazione di nuovi progetti teatrali per il mercato della Sardegna e quello estero con soggetti professionali interessati alla creazione di eventi spettacolari per spazi urbani e siti specifici.

Caratteristiche del progetto di distretto

Uno degli elementi fondanti del progetto sta nella sua filosofia di interdipendenza delle professionalità. In pratica, il progetto intende realizzare un distretto in continua formazione dentro cui radunare le

diverse specializzazioni professionali in grado di concorrere in differenti modi alla formazione e alla produzione di eventi culturali.

In effetti il problema a cui si tenta di dare una concreta risposta è da una parte di aumentare la qualità delle grandi produzioni, avvalendosi di professionalità specifiche reperibili sul posto e in grado di concorrere con la loro esperienza al miglioramento dei risultati.

Le finalità del distretto sono pertanto, quelle di diventare

una finestra aperta in Sardegna , in comunicazione, effettiva e virtuale, con i centri e le realtà simili in tutto il mondo

un centro di servizi sulle tematiche e le pratiche culturali in stretto collegamento con le scuole di tutti i livelli, con l'Assessorato alla Cultura, Pubblica Istruzione e Turismo, con l'Assessorato ai Servizi Sociali, con l'Assessorato all'Ambiente, (nei livelli comunale, provinciale e regionale), con l'Accademia delle Belle Arti, la Facoltà di Architettura e la Facoltà di Lettere. Il centro intende avvalersi inoltre della collaborazione di associazioni e strutture specializzate in teatro, musica, danza, arti visive, musei; un centro, fulcro di attività in rete con diversi partners provenienti dall'ambito artistico, artigianale e dei servizi presenti sul territorio e creando così le opportunità e i presupposti per poter concorrere a idee, progetti e creazioni culturali.

La collaborazione con diversi partners professionisti sul territorio, nel Mediterraneo e in Europa integrerà ed aumenterà la quantità e la qualità delle proposte. La creazione del centro permetterà non solo a vari professionisti di collaborare in sinergia ad un unico progetto, ma di stimolare un aumento del livello di occupazione.

Le attività del distretto

Il distretto si strutturerà al suo interno in:

laboratori sulle diverse tecniche di arte, teatro, scrittura, e utilizzo degli spazi aperti

laboratori interdisciplinari tematici

laboratori di animazione culturale

Stages attraverso operatori ed esperti esterni

Il loro scopo è quello di soddisfare le richieste provenienti dall'utenza nel suo complesso, dagli operatori culturali e sociali, organizzando corsi di aggiornamento per insegnanti, operatori culturali e sociali.

Le Finalità

A livello regionale si vuole creare un riferimento permanente in termini di formazione, di ricerca e di supporto tecnico rivolto soprattutto a quelle realtà che in Sardegna operano già in ambiti artistici, ma anche per singoli operatori culturali, attori, danzatori ed altre discipline di natura diversa che vogliono aumentare il loro grado di conoscenza in termini di formazione.

A livello europeo ed internazionale si intende trasformare in progetti specifici gli esistenti rapporti con realtà nazionali ed europee che hanno medesime finalità. L'intera area del distretto diventerà perciò sede di collaborazione progettuale e luogo di creazione di nuove produzioni (spettacoli ed eventi), di realizzazione di laboratori formativi a livello internazionale e di elaborazione e di ricerca nell'ambito della creazione culturale.

Il risultato sarà una rete di collaborazioni legate a realtà internazionali con strutture simili al distretto in oggetto, riconosciute a livello europeo e già funzionanti in paesi mediterranei a cominciare dalla Spagna, ma soprattutto del NordEuropa e della Francia. Queste collaborazioni siamo convinti aumenterà il grado di interdisciplinarietà in settori spesso divisi in troppi e differenti segmenti di lavoro.

A livello locale, particolare impegno sarà rivolto al coinvolgimento della cittadinanza a partire dall'utilizzo dei laboratori e della biblioteca e della realizzazione di esposizioni, proiezioni di filmati, prove aperte e spettacoli. Ma soprattutto ci si impegnerà a studiare modalità di intervento che seppur esaltando le caratteristiche locali non le stravolga.

Un esempio evidente che chiarisce il modo attraverso il quale si vuole procedere può essere verificato in Italia dalla rete di ecomusei di cui forniamo nel prossimo capitolo una scheda e una breve descrizione del lavoro fino a questo momento realizzato dalla Regione Piemonte

Capitolo 6 : Il progetto degli ecomusei e il loro sviluppo

Nel 1995 veniva approvata in Piemonte la L.R. 31, la prima in Italia (recentemente seguita dalla provincia autonoma di Trento) intesa a favorire la creazione di ecomusei. Da allora a oggi le iniziative di promozione del patrimonio locale sono state numerose e hanno portato alla creazione di molti ecomusei nella regione. Tredici di questi sono stati istituiti e quindi finanziati nell'ambito del progetto "Piemonte ecomusei".

Che cos'è in pratica un ecomuseo?

I musei contemporanei tendono a occuparsi più di "concetti" che di "cose" e per questo è sempre più difficile stabilire qual è il loro campo di interesse. Gli ecomusei non fanno eccezione a tale tendenza ed è stato così fin dalle origini.

Una delle definizioni più efficaci di ecomuseo è quella originariamente proposta da da Rivière e de Varine e che fa riferimento alle differenze fra musei tradizionali ed ecomusei: un museo "ecomuseo" si basa sul concetto che la collezione oggetto del museo diventa lo stesso patrimonio territoriale, e il luogo dove andare a vedere la collezione è il territorio stesso, mentre i curatori ne diventano direttamente la popolazione

La spiegazione sta nel fatto che l'ecomuseo si basa su un patto con il quale una comunità si impegna a prendersi cura di un territorio.

"Patto": non norme che obbligano o proibiscono qualcosa, ma un accordo non scritto e generalmente condiviso.

Per "Comunità" si intendono non solo le istituzioni poiché il loro ruolo propulsivo, importantissimo, deve essere accompagnato da un coinvolgimento più largo dei cittadini.

Il ruolo delle popolazioni di un determinato territorio è infatti quello di "Prendersi cura", conservare, ma anche saper utilizzare, per l'oggi e per il futuro, il proprio patrimonio culturale in modo da aumentarne il valore anziché consumarlo.

Tutto ciò, perché si ritiene che il "Territorio" non abbia un riferimento semplicemente fisico, ma risulti il complesso di tutti quegli avvenimenti storici che hanno coinvolto la popolazione e i segni materiali e immateriali lasciati da coloro che lo hanno abitato in passato.

Per la messa in cantiere di questo la Regione ha contribuito in maniera determinante in termini di risorse e dall'entrata in vigore della legge sono stati messi a disposizione circa 10 milioni di Euro.

Come sono state utilizzate queste risorse? Che contributo hanno dato gli ecomusei alla conservazione e all'interpretazione del patrimonio locale? Che impatto hanno avuto i progetti locali sulle singole realtà? Per rispondere a queste e altre domande la Regione Piemonte ha costituito presso l'Ires un backoffice, il Laboratorio Ecomusei, incaricandolo di compiti di assistenza tecnica e valutazione dei progetti avviati. Il rapporto "Gli Ecomusei in Piemonte" è il risultato dei primi otto mesi di questa attività. Presenta una sintesi critica dei risultati dell'iniziativa "Piemonte ecomusei" e tredici schede descrittive, una per ogni ecomuseo istituito, che ne fanno la radiografia da diversi punti di vista, museologico, sociale, economico-finanziario. Il rapporto sottolinea, accanto ai risultati raggiunti, anche nodi e criticità e presenta, sulla base di queste premesse, alcune proposte per l'immediato futuro.

Fra i risultati positivi: il rafforzamento di processi locali di riconoscimento del patrimonio, che hanno favorito il convergere di molte iniziative di recupero e valorizzazione di singole emergenze verso progetti più integrati e di maggiore respiro; la crescita dell'attenzione di amministratori e tecnici locali verso aspetti patrimoniali valutati non più solo per le possibili ricadute economiche di breve periodo, spesso legate a progetti turistici, ma anche in funzione del miglioramento della qualità della vita dei residenti e del rafforzamento del "carattere" del territorio; il consolidamento delle competenze tecniche orientate alla valorizzazione e interpretazione del patrimonio locale, spesso con un contagio positivo nei confronti di altri ambiti di progettazione locale.

Fra le criticità: la forte pressione verso il riconoscimento di molte realtà e spesso su territori molo estesi, con la conseguente spinta a forme di finanziamento a pioggia e senza selettività; la tendenza a far convergere sulla legge per gli ecomusei qualsiasi progetto di valorizzazione territoriale dotato di aspet-

ti culturali e non solo quelli prioritariamente mirati all'identità locale; e, infine, ma solo in alcuni casi, la scarsa caratterizzazione del territorio e il modesto coinvolgimento della comunità nella gestione degli ecomusei.

Il reperimento delle risorse locali

E' chiaro che le risorse finanziarie di natura locale sono normalmente in grado di garantire una maggiore indipendenza e contribuiscono al miglioramento e all'autorevolezza delle azioni che si vogliono progettare. Ma è anche vero che in territori marginali a forte spopolamento e a basso tasso di attività economiche quali l'Alta Marmilla, non si scorgono i presupposti perché ciò possa accadere. Sono, in effetti, territori troppo deboli (e questo già in rapporto ad una regione quale quella sarda che presenta notevoli problematiche) e completamente sguarniti di qualsiasi autonoma capacità di intervento. La verità (e le analisi di settore lo rilevano con molta più chiarezza) è che in territori simili non esiste nessuna possibilità autonoma di creazione di modelli economici autoreferenziali. In effetti, se lasciati nelle attuali condizioni, sono territori destinati allo spopolamento e alla desertificazione umana.

Bisogna comunque sottolineare che i formulatori della proposta non auspicano interventi calati dall'alto, che nella maggior parte dei casi si dimostrano sempre dannosi anche quando preceduti dalle migliori intenzioni. Semmai è vero il contrario: cioè che l'intento dei formulatori del progetto di distretto della cultura è di evitare un simile rischio, aumentando quanto è più possibile il tasso di coinvolgimento della popolazione in accordo con quelle forze locali, sia economiche che sociali e politiche, favorevoli al miglioramento delle condizioni generali di vita delle popolazioni locali.

La creazione di reti relazionali: sviluppare il partenariato a livello locale

Le relazioni con altre strutture che agiscono nella stessa maniera, con gli enti locali e con gli istituti di ricerca sono importanti non solo per le attività che si possono svolgere insieme, a cominciare dai progetti comunitari, ma perché rappresentano canali insostituibili di formazione e di acquisizione di conoscenze. E' importante che i modelli organizzativi scelti non si riducano ad aspetti formali, ma vengano necessariamente supportati da una azione di formazione continua.

L'attività di studio e ricerca diventa in tale ottica una base importante sulla quale fondare molte delle attività prgrammabili, per le quali serve mantenere i suoi animatori all'interno di un ambiente di confronto e di dibattito, in grado soprattutto di garantire maggiore autorevolezza alle iniziative e il migliore coinvolgimento e partecipazione degli abitanti.

In realtà un piano di intervento quale quello di formazione di un distretto che intende operare nel campo della cultura, presume non solo operazioni di conservazione del patrimonio locale, ma di introduzione di elementi tecnologici innovativi a cominciare da un maggiore e più diffuso utilizzo di Internet. Modelli che comunque non si riferiscono in particolare ad una determinata area produttiva, ma al complesso delle esigenze del territorio inteso come luogo di produzione e di permanenza di aggregati sociali e storicamente sviluppati in un contesto di sviluppo organico alle possibilità sostenibili dal territorio stesso.

Ma quali sono i possibili interventi e quali le aree sulle quali si intende operare? Ci sembra opportuno fare qualche esempio in grado di chiarire l'area di intervento nella quale si intende agire, presentando modelli di successo verificabili in Europa e con i quali il distretto intende sinergicamente collegarsi.

Il prossimo capitolo riguarderà una selezione delle iniziative con una scheda sulle loro attività. Si comincerà con la fondazione dei villaggi del libro e la presentazione della loro attuale rete di coordinamento

Capitolo 7 : esempi

I VILLAGGI DEL LIBRO : Una esperienza di successo

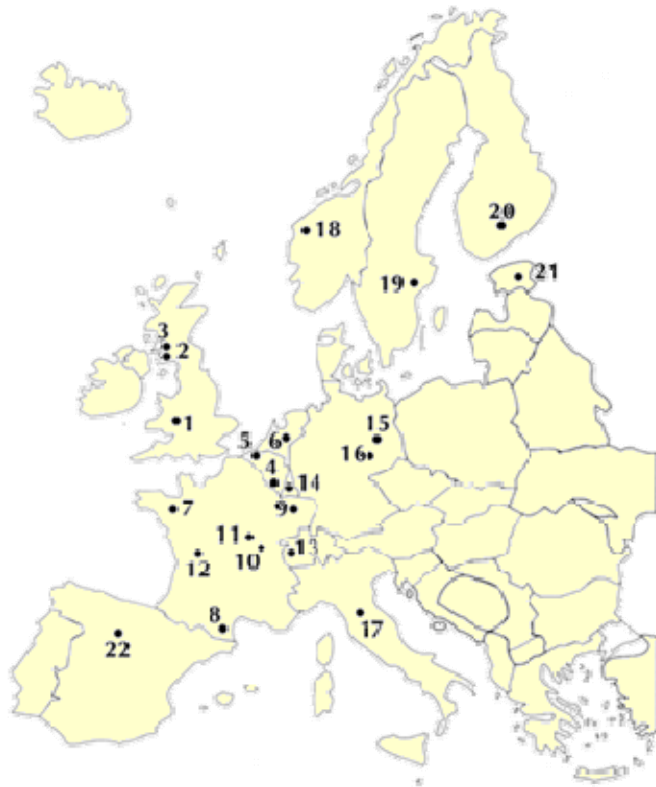
Nel 1961 Richard Booth lascia Oxford e compra il locale che ospitava la sala cinematografica di Hay-on-Wye, un paese di 1500 abitanti nel Galles, per trasformarlo in una libreria che vendeva principalmente libri di seconda mano. Il successo del negozio spinge Booth ad acquistare la stazione dismessa dei pompieri, una vecchia warehouse e il castello, riempito da subito con libri antichi. A partire dal 1970 Hay-on-Wye diventa il primo "paese del libro" al mondo.

Oggi Hay-on-Wye conta quasi 40 librerie, 17 tra ristoranti, caffè e bistrot, una stamperia, due legatorie, negozi di antichità e curiosità varie oltre a negozi e attività tradizionali e più di 300.000 visitatori all'anno.

A partire dagli anni '90 iniziative analoghe sono sorte a Redu Belgio, a Montolieu in Francia, a Bredevoort in Olanda, a Fjaerland in Norvegia, a Saint-Piere de Clages in Svizzera, a Sysma in Finlandia, a Wingtown in Scozia e recentemente a Montereccio in Italia.

La caratteristica che accomunava tutti questi paesi era il loro declino rurale, l'assenza di alcuna vocazione turistica, la presenza di pochi abitanti e l'abbandono di tutte le attività commerciali e degli spazi pubblici. A seguito di semplici interventi di recupero tali spazi sono ad oggi utilizzati e valorizzati non solo come luoghi per la compravendita di libri, ma anche come nuclei importanti di eventi legati alla letteratura.

Nel 1998 è partito il progetto BookTownNet ed è stato realizzato il portale che raccoglie tutte le informazioni utili e gli eventi in programma nei paesi che aderiscono al progetto. In questo modo è stato possibile dar vita ad una comunità virtuale di amanti della letteratura e di collezionisti che alimentano il mercato del libro e l'interesse per le iniziative promosse dai Paesi del libro



1. HAY-ON-WYE (Wales / Pays de Galles)
2. WIGTOWN (Scotland / Ecosse)
3. DALMELLINGTON (Scotland / Ecosse)
4. REDU (Belgique / België / Belgium)
5. DAMME (België / Belgique / Belgium)
6. BREDEVOORT (Nederland / Netherlands / Pays-Bas)
7. BECHEREL (France)
8. MONTOLIEU (France)
9. FONTENOY-LA-JOÛTE (France)
10. CUISERY (France)
11. LA CHARITE-SUR-LOIRE (France)
12. MONTMORILLON (France)
13. SAINT-PIERRE-DE-CLAGES (Suisse / Switzerland)
14. VIANDEN (Luxembourg)
15. WÜNSDORF (Deutschland / Germany / Allemagne)
16. MÜHLBECK (Deutschland / Germany / Allemagne)
17. MONTEREGGIO (Italia / Italy / Italie)
18. FJAERLAND (Norge / Norway / Norvège)
19. MELLOSA (Sverige / Sweden / Suède)
20. SYSMA (Suomi / Finland / Finlande)
21. VOTIKVERE (Eesti / Estonia / Estonie)
22. VALLADOLID (Spania / Spain / Espagne)

Alcune storie esemplari di villaggi del libro

La storia di Redu, il villaggio belga del libro

Redu, alla fine degli anni settanta, era un piccolo villaggio di 450 abitanti sperduto e senza avvenire nelle Ardenne belghe, il fatto che sia divenuto un villaggio specializzato nella vendita di libri ha trasformato le sue prospettive e il suo isolamento è cessato: attualmente risulta il paese del belgio più visitato

E' stato Noel Aselot, giornalista belga a ridare vita a questo borgo sperduto nelle alte e fredde colline ardennesi al confine con il Lussemburgo. L'idea ha preso corpo nella sua mente dopo un viaggio nel Galles e dopo una visita a Hay-On-Wye, il piccolo paesino del Galles primo villaggio del libro mai creato e dopo un incontro con Robert Booth, l'ideatore e fondatore dell'iniziativa nel Galles.

Al suo ritorno in Belgio, Noel Aselot, ne parlò con Gerard Valet produttore alla radio e alla televisione belga che si entusiasmò all'idea. Nel progetto i due fondatori del villaggio del libro di Redu cercarono subito la collaborazione dell'associazione dei librai antiquari che capendo l'importanza dell'iniziativa la adottarono.

Nel 1984 il piccolo villaggio belga si gemella con Hay-On-Wye e da vita alla prima manifestazione sul libro che diventerà un successo di pubblico senza precedenti.

Oggi la festa del libro di Redu, si tiene nei giorni delle festività pasquali e per tutti mesi estivi si organizzano nel piccolo villaggio dei fine settimana all'insegna della lettura.

Oggi il villaggio di Redu supera i 2 mila abitanti, tiene aperte una trentina di librerie, insieme a una decina di ristoranti e quattro alberghi. Nel villaggio non esiste disoccupazione.

Il villaggio del libro di Fontenoy-la-Joûte

Il villaggio del libro di Fontenoy-la-Joûte è stato creato da R. P. Serge Bonnet, domenicano e direttore della ricerca al CNRS, da François Guillaume, deputato e ex ministro dell'agricoltura e Daniel Mengotti, professore di storia e geografia. L'associazione di "Les amis du livre", ha avuto quale primo presidente François Guillaume ed è stata diretta da Daniel Mengotti. È l'associazione che ha sviluppato l'idea di fare diventare Fontenoy-la-Joûte un villaggio del libro in accordo con l'amministrazione comunale.

Nel 1996 nasce ufficialmente l'associazione del villaggio del libro preceduta da due anni di manifestazioni che hanno avuto quale scopo di fare conoscere lo sperduto paesino francese e capire se vi fosse realmente un interesse da parte del grande pubblico per l'iniziativa. Già dalla prima manifestazione organizzata nel 1994 nel piccolo paese sono arrivati oltre 11 mila visitatori che nel secondo anno si sono attestati a 22 mila grazie all'iniziativa di una domenica del libro ogni mese.

L'obiettivo principale dei fondatori del villaggio del libro era di creare posti di lavoro diretti (nelle librerie e nelle tipografie) e indiretti (ristorazione, alberghi, strutture commerciali in senso lato) ed è stato raggiunto. Oggi nel piccolo paese della Lorena francese hanno ripreso un po' tutti i settori: si sono vendute per esempio diciotto case che hanno fatto posto ad altrettante librerie, e il paese è in una fase di pieno rinnovamento (diciotto costruzioni sono in una fase di completo rifacimento). Inoltre, sono ricomparse figure artigiane quasi scomparse in quel paese a cominciare dai muratori, carpentieri, elettricisti, idraulici, negozi per materiale di costruzione, falegnameria, fabbricanti di insegne. Ma anche un notaio, degli architetti e degli assicuratori. E della nascita del villaggio del libro oggi ne usufruiscono anche i paesi vicini dove sono nate delle strutture per la ristorazione e alberghiere che ricevono i visitatori diretti a Fontenoy-le-Joute. Fra i risultati più evidenti il fatto che essendo le librerie nelle vecchie case del paese le stanno preservando dal degrado e dal loro abbandono.

Il successo del villaggio francese aumenta di anno in anno: nel 1996 sono 64 mila i visitatori e 89 mila nel 1997. Dal 1998 l'associazione di Fontenoy-la-Joûte fa parte di una rete europea di villaggi del libro e si interessa dello sviluppo dell'iniziativa in altri. Nel 1998, due abitanti del villaggio aprono le prime due librerie, nel villaggio si venduti 18 immobili e altri quindici sono stati acquistati ristrutturati e adibiti a librerie. Allo stesso tempo si sono aperte diverse attività commerciali: piccoli ristoranti, case alloggio, una tipografia e altre attività legate al mondo del libro. Oggi il piccolo villaggio, dopo decenni di abbandono ha ricominciato a vivere.

Montereggio: un rapporto antico con il libro

Montereggio, nel comune di Mulazzo (MS), è arroccato sulla sommità di una collina nella parte alta della valle del Torrente Mangiola e sorge in prossimità del passo dei Casoni che collega Mulazzo alla Val di Vara. Le case, disposte in sequenza lungo la via principale, orientata verso nord, riflettono la tipologia propria di un borgo in cresta. La porta, che segnava una volta l'ingresso, la ritroviamo oggi a metà del paese e, nota curiosa, ripositionata al contrario, con il bugnato verso l'interno, invece che verso l'esterno. Sulla piazza, all'entrata di Montereggio, si affaccia il Palazzo dei Marchesi Malaspina, una residenza feudale che si è aggiunta al più antico castello di cui rimangono le due torri inglobate nella costruzione. Al centro del paese si trova la Chiesa di Santo Apollinare con la Torre campanaria, oggi addossata alla semifacciata, un tempo probabilmente staccata dalla Chiesa.

La Torre aveva un ruolo di difesa del Borgo e comunicava con altre torri non più presenti sul territorio.

L'intitolazione della chiesa a Santo Apollinare attesterebbe una sua appartenenza all'epoca della prima diffusione del Cristianesimo in questa valle che, seppur a poca densità demografica, aveva un ruolo importante per la viabilità fra la Liguria e la Lunigiana. Un altro edificio religioso sempre con la stessa intitolazione a Sant'Apollinare, ma di stampo recente, si erge in una piazzetta laterale del paese.

Montereggio è forse il primo villaggio al mondo dove la vendita dei libri sia diventata una realtà economica capace di coinvolgere l'intero paese. A Montereggio, i poveri abitanti cominciarono l'attività come forma di integrazione dei loro miseri introiti di montanari legati alla coltura del castagno.

Ma oggi quella attività è diventata il core business del borgo in termini sia di sicurezza economica che di occupazione.

Di seguito, sul paese di Montereggio è sembrato utile riportare una cronaca sul paesino delle Apuane che se anche giornalmente romanizzata spiega lo spirito e l'ambiente nel quale è nata questa importante iniziativa. L'articolo è di Oriana Fallaci che si interessò per prima della strana attività economica patrimonio di Montereggio. L'articolo in questione è apparso su "Epoca" il 6 settembre 1952:

"Prima di lasciare i librai di Pontremoli fecero un giuramento. Erano riuniti in una sala del Municipio, proprio sotto il campanile, e le loro facce rugose apparivano, nella penombra, solenni come quelle di arcaiche statue di legno. Gli uomini vestivano per lo più abiti a righe, e avevano sul panciotto, bene in mostra, la catena d'oro. Le donne, più dimesse, tenevano al braccio sinistro certe ampie borse da spesa. Erano i librai più vecchi del mondo: i capelli bianchi apparivano come distinzione necessaria in quell'adunata. Uno a un certo punto si alzò, alto e massiccio, con baffoni all'umbertina, e disse: "Ed ora, amici, propongo un solenne giuramento: quello di ritrovarsi nel nostro paese, ogni anno, in un dato giorno, a questa stessa ora, finché Iddio ci conserva, a fare una bella mangiata". Seguì un lungo silenzio; poi i librai alzarono lentamente all'altezza del viso la mano e giurarono.

Pontremoli è un paese della Lunigiana, famoso fin dal Medio Evo quando era la porta delle grandi vie di comunicazione fra la Toscana e la Lombardia, circondato da boschi di castagni e di pini. Tra questi boschi sorgono da un tempo immemorabile Montereggio e Parana, villaggi di trecento anime, così piccoli che passano per frazioni del Comune del mandamento di Pontremoli, e questa è la terra dove si nasce librai.

A Montereggio e a Parana è difficile che la gente sappia leggere e scrivere; non ci sono che le pecore e castagni e si vive mangiando formaggio e polenta dolce, in attesa che l'inverno diventi primavera e l'estate autunno, così da un anno all'altro. Eppure ogni casa di Montereggio è piena di libri intonsi; e a ogni stagione c'è un pastore che lascia il villaggio e va per il mondo a fare il libraio. La storia dei pastori librai della Lunigiana si perde nel tempo. Si ignora il nome di chi si lanciò per primo nella grande avventura; si sa solo che la partenza dei neo-librai fu sempre solenne. Sembrava obbedissero a una strana ispirazione: si presentavano ai vicini e dicevano: "Vado".

Si chiamavano Maucci, Tarantola, Bertoni, Fogola, Vannini, Giovannacci, Rinfreschi. Dopo ore ed ore di diligenza arrivavano alla grande città, andavano da un editore e, con pochi quattrini ricavati dalla vendita delle castagne, del formaggio e delle foglie di gelso, compravano i resti del magazzino. Non avevano confidenza con l'alfabeto, ma "sentivano" quali libri era il caso di comprare e quali no: in virtù del sesto senso che, dicono è stato loro donato dal demonio in un'ora di benevolenza. Acquistavano la "Genoveffa", il "Guerin Meschino", i "Tre moschettieri", le "Poesie" del Giusti, la "Massima Eterna" ed altri libri di preghiere, le "Tragedie" del Manzoni, l'"Orlando Furioso", la "Gerusalemme Liberata" e perfino il Boccaccio. Quando la valigia di fibra era piena, se la caricavano sulle spalle e andavano per le campagne italiane a offrire con mille accorgimenti i libri ai contadini. Aprivano per esempio una pagina qualsiasi dell'Orlando Furioso e cominciavano a declamare. Non leggevano, ma ripetevano le ottave che avevano sentito leggere da altri. I contadini, dopo essersi fatti giurare sulla Madonna dei Sette Rosari che lì dentro c'erano scritte proprio quelle belle parole, si decidevano a prendere il libro per non meno di dieci soldi. Dopo aver girato le campagne i librai scendevano di nuovo nelle città dove distendevano i libri sui muriccioli e sui marciapiedi.

La vita vagabonda durava da un anno all'altro. Quando avevano i soldi abbastanza per potersi comprare un carretto col ciuco, mandavano a chiamare la moglie, rimasta al villaggio, oppure sposavano la figliola di un altro libraio; e riprendevano a vagare. Per strada, tra una tappa e l'altra, nascevano i figliuoli. Li mettevano dentro alle ceste, fra i libri del carretto, perché crescessero respirando l'aria della carta stampata e

si facessero le ossa fra i titoli dei capolavori. Poi i più giovani emigravano, andavano in Francia, in Germania, in Romania, in Ungheria, e ovunque ci fosse una piccola colonia italiana.

Molti presero la via della Spagna e dell'America Latina. Il primo ad andare oltre Atlantico fu verso il 1850 Carlo Maucci, della Piana di Parana, che aveva dovuto interrompere la sua carriera di girovago in Italia, perchè sospetto di diffondere libri mazziniani. Carlo Maucci, imbarcatosi come mozzo, era partito con 180 volumi in lingua spagnola e decine di copie dei "Promessi Sposi". In America lo aspettava la fortuna. Alla fine del secolo aveva fondato la "Casa Editoryal don Carlo Maucci". Alla fine del secolo molti girovagli pontremolesi avevano fatto un patrimonio. I loro figli andavano a vendere in carrozza ed avevano aperto notevoli Case Editrici. I meno fortunati possedevano almeno un bancarella fissa sotto i portici di qualche grande città. Da vecchi, cercavano un po' di riposo, a quel modo. Ci pensavano i figli, cresciuti nelle ceste dei librai, a vagare per le montagne.

Ogni tanto qualcuno moriva e anche questo distacco non accadeva in un modo qualsiasi. Quando erano ormai molto vecchi e sentivano avvicinare il gran giorno, i pontremolesi facevano come i nobilissimi animali che a un certo punto della loro vita scappano a ricercare il luogo in cui sono nati. Tornavano ai boschi di Parana, di Montereaggio e di Mulazzo e morivano lì. Ma per ognuno che se ne andava un altro cresceva. Oggi i pontremolesi, fra bancarellisti e girovagli, sono qualche centinaio e reggono onorevolmente e al mutare dei tempi. Partono ancora con la valigia di fibra. Così fece anni addietro Quirino Ghelfi che d'estate gira col suo carico tra Verona, Riccione, Cattolica e Rimini e d'inverno tiene la sua bancarella sotto i portici di Padova. Così ha fatto Walter Micheloni, figlio dell'oste di Mulazzo; e lo potete incontrare ogni giorno a Genova, in vico Falamonica.

Per far vedere che sono vivi e contano ancora qualcosa alcune settimane fa si dettero appuntamento a Mulazzo e tennero un congresso. Giunsero da tutte le parti d'Italia. Qualcuno arrivava in automobile, ma la maggior parte scendeva dal treno. Non si riconoscevano più, quantunque molti fossero imparentati fra loro.

Due, Elisabetta e Luigi Rinfreschi, non si vedevano da quarant'anni. Dal treno scese anche Bista Fogola, uno dei Fogola che ora sono sparsi un po' dappertutto: a Pisa, a Torino, a Spezia, a Genova, ad Ancona. Venne uno dei Tarantola, uno dei Santoni, una discendente dei Maucci, Maria Maucci che incominciò a nove anni la sua carriera, a diciott'anni sposò un libraio, a vent'anni ne sposò un altro che le dette tre figli, ora tutti librai. Sessanta inaugurarono il congresso sul cucuzzolo della collina, fra i castagni e i pini di Mulazzo. Avevano alzato un palco alla meglio, con un microfono, quattro seggiole e una bandiera. Sul palco avevano fatto salire le autorità: il ministro Gronchi, Bompiani che rappresentava gli editori, la vedova di Leonida Campolongo, Salvator Gotta, il Sindaco di Mulazzo con la fascia tricolore intorno alla vita, il Perazzoli, segretario dell' "Associazione Librai Ambulanti con posteggio fisso". Molti parlarono, ma il discorso impegnativo lo fece Gotta che, tra l'altro, disse un gran bene delle bancarelle. I librai stavano intorno, in piedi sotto i castagni, ad ascoltare con piglio competentissimo. L'indomani, quando furono soli, si barricarono dentro il municipio di Pontremoli e fecero il solenne giuramento per la grande mangiata annuale.

Frassineto un'esperienza italiana

La stessa strada di Montereaggio la vogliono percorrere in Italia altre realtà: dal 31 agosto del 2002 Frassineto Po è diventato sede di un Villaggio del Libro in Italia: libri antichi, usati e fuori catalogo ogni giorno dell'anno si apprestano ad invadere le bancarelle e i negozi del centro. Padrino dell'iniziativa, Bruno Gambarotta, bibliofilo oltre che star del piccolo schermo.

Il "Villaggio del libro" è un luogo dove i libri non muoiono mai, continuano a vivere in uno scambio costante e intenso tra appassionati e curiosi, tra coloro, come dice Bruno Gambarotta, che "provano un dolore di poco inferiore alla visione dei roghi, frutto velenoso delle dittature e delle intolleranze, al pensiero che quel che resta di una tiratura sia destinato al macero".

L'iniziativa di Frassineto, nasce nell'ambito del progetto "Libri in PORto" ed è stato presentato ufficialmente nella più naturale e adeguata cornice: il Salone del libro di Torino, durante una chiacchierata tra il sindaco Angelo Muzio e Bruno Gambarotta.

Ma il varo ufficiale dell'iniziativa è avvenuto il 31 agosto, quando Frassineto si "è vestita" di libri antichi, usati e fuori catalogo: "un gustoso assaggio - ha sottolineato il sindaco Muzio - di ciò che vogliamo diventi il "Villaggio del libro" quando in permanenza bancarelle e incontri con gli autori animeranno l'intero paese ogni giorno dell'anno".

Parlare di varo dell'iniziativa è quanto mai appropriato, perché lo slogan "Libri in PORto" è legato a un'invenzione che ha comunque un fondamento storico.

Spiega il sindaco: "Al termine delle feste di Casale, nel 1611, Francesco e Margherita Gonzaga raggiunsero in carrozza il porto fluviale di Frassineto e salirono a bordo del Bucintoro che li avrebbe riportati a Mantova".

Un mixage di storia e di fantasia - due ingredienti eccellenti, tra l'altro, per chi scrive e legge libri - sono alla base del progetto Villaggio (si può già consultare il sito www.libriinporto.it). Intanto, il Comune ha già pensato a una sua collocazione stabile, in un'ala, in via di ristrutturazione, di Palazzo Mossi, costruzione sontuosa datata 1812.

Tutt'intorno un movimento che Muzio non vuole rinchiudere soltanto tra le mura frassinetesì, bensì estendere coinvolgendo Casale e il Monferrato. Una navigazione affascinante che produca anche sviluppo, perché a bordo del Bucintoro saranno invitati a salire scrittori, critici, lettori, librai.

Il TEATRO DI STRADA : una rete di possibilità

Ma le iniziative che intendiamo descrivere non interessano il solo segmento del libro, ma altri settori quali, per esempio il teatro di strada. Di seguito riportiamo alcune iniziative cominciando con una di quelle più interessanti a livello europeo cominciando con quella di un villaggio della Vallonia belga

Marchin, la rinascita di un piccolo villaggio della Vallonia belga

A Marchin, un villaggio del Belgio è sorto da diversi anni un centro per il teatro di strada. Un centro che è riuscito a sviluppare un interessante retroterra economico in un contesto fortemente rurale.

Oggi risiedere in questo piccolo villaggio, vuol dire poter godere di uno spazio ancora intatto da un punto di vista ambientale ricco di eventi, in un ambiente aperto verso gli stimoli del resto del mondo.

IL successo dell'iniziativa è sicominciato dall'incontro della famiglia Decrolier, formata da artisti girovagli e l'amministrazione del piccolo paesino che stava cercando una sua identità insieme ad iniziative capaci di stimolare il territorio sia in termini di vivibilità che economicamente.

E' nato così il progetto « La résidence Latitude 50° » che è diventato il luogo ideale di lavoro per compagnie girovaghe e per gli amanti dell'arte di strada

Recentemente vengono proposte tre formule :

- La residenza di una sera
Proposta a quelle compagnie che vogliono proporre i loro spettacoli nel tendone messo a disposizione dalla famiglia Decrolier che sui biglietti ricevono una parte del venduto
- L'offerta abitativa
Si tratta di appartamenti e aiuti amministrativi, oltre che tutte le strutture per la creazione di spettacoli e la loro pubblicizzazione.
- L'aiuto alla creazione degli spettacoli
Che comprende anche un aiuto finanziario tramite forme di preacquisto degli spettacoli. I partners in questo caso sono alcuni festival che si svolgono in altre zone del Belgio: il festival de Chassepierre, Rue de Florival, Rue du Bocage, Castel en Fête, le Festival des Tchaforinis e le Centre Culturel de l'Arrondissement de Huy

Il successo della formula proposta dalla famiglia Decrolier all'amministrazione del villaggio ha fatto attualmente di Marchin uno dei centri dell'arte di strada del Nord Europa: nel 2003 il Comune e il centro "Latitude 50°" hanno organizzato insieme il Festival di arte di strada e di circo « Les Renc'Arts de la FAR ». Alla manifestazione hanno partecipato 70 compagnie, che hanno presentato 80 spettacoli in cinque tendoni e una copertura mediatica a livello europeo oltre ad un afflusso giornaliero di 5000 spettatori.

Per il futuro, a partire da marzo del 2006, "Latitude 50°", sempre in collaborazione con l'amministrazione ha intenzione di aprire una scuola del circo di Marchin e il primo incontro biennale fra scuole di circo della comunità francese. Nell'ambito della manifestazione una sezione verrà dedicata a tutte le nuove proposte e alla creazione di un gruppo di formatori che presenteranno nell'arco di tre giorni i loro metodi di lavoro e le tecniche che intendono adottare

Diffusione e conoscenza dell'arte di strada

Grande importanza è stata data in questi anni alla diffusione e alla conoscenza del teatro di strada presso il grande pubblico. "Latitude 50°", organizza per questo delle campagne annuali che insieme ad altre forme di comunicazione si rivolgono in special modo alle famiglie, alle scuole e alle strutture pubbliche. Un contatto è stato recentemente preso con SMArt, una importante manifestazione artistica del Belgio, con l'intento di portare a Marchin un atelier permanente fra diverse forme artistiche che dovrà sviluppare non solo in atti e realizzazioni concrete, ma attraverso dibattiti, mostre e convegni di settore.

La diffusione degli spettacoli

Importante la parte che riguarda la diffusione degli spettacoli che il centro Latitude50° ha concentrato a Marchin e che si svolgono fra il mese di ottobre e Marzo di ogni stagione teatrale. Alla stagione del centro bisogna aggiungere il resto degli spettacoli di quelle tante compagnie che vogliono presentare le loro opere in questo piccolo villaggio del Belgio. IL cartellone degli avvenimenti è per questo molto ricco e porta per tutto l'arco dell'anno a Marchin un grande pubblico di estimatori.

Il teatro di strada a Campagnano

Dalle 18 fino alla tarda notte di venerdì 24 e di sabato 25 settembre arriva nel borgo medievale di Campagnano di Roma (RM) la terza edizione del Talia Festival, Teatro Senza Tetto: un grande evento con artisti di fama internazionale, promosso dal Comune di Campagnano di Roma, in collaborazione con la Regione Lazio e con il patrocinio della Presidenza della Regione, realizzato dalla Ganesa Onlus con il supporto di Enti privati del territorio.

Dalla sua prima edizione nel giugno del 2002 il Talia Festival, Teatro senza Tetto, Festival internazionale di Teatro di Strada ideato e diretto da Sandro Nardi e realizzato dalla GANESA ONLUS, è stato un successo in termini di pubblico.

il successo del Teatro Senza Tetto è stato decretato dalla affettuosa e notevole partecipazione del pubblico, che ha saputo cogliere l'occasione di vivere l'atmosfera del piccolo borghi medioevale che offre al pubblico il piacere semplice evocato da un'arte e da un luogo caratterizzati da unità e diversità e dalle radici di ogni identità individuale.

Riappropriandosi di spazi spesso dimenticati, abitanti e turisti hanno goduto delle piazze e dei vicoli della cittadella medievale, vivendola come una festa collettiva di una comunità che si diverte con serenità e curiosità, con una nuova prospettiva di percezione degli spazi e dello spettacolo, dalle strade alle piazze, alle vie meno consuete: improvvisi ma attesi, gli artisti hanno esplorato itinerari scombinando luoghi e schemi, attraverso nuove contaminazioni, per entrare in un mondo inventato, magico, illuminato solo dalle luci delle fiaccole... dietro l'angolo di un palazzo, in un cortile, in una piazzetta del paese antico.

La strada e la piazza, d'improvviso, di nuovo luogo di comunicazione, miscuglio di idee e storie, con proposte semplici che rivelano quell'arte nomade che costruisce mondi fantastici dal nulla e dal poco, dove lo spazio quotidiano viene trasformato da scenografia e luci evocatrici, una notte da vivere a piedi alla scoperta di proposte e suggestioni danzate, giocate, sussurrate, all'insegna dello stupore...

Il Teatro senza Tetto si è presentato alla sua terza edizione in una nuova veste itinerante nel Centro storico di Campagnano venerdì 24 e sabato 25 settembre 2004.

Artisti di fama internazionale provenienti da ogni parte d'Europa avranno quale palcoscenico naturale i vicoli, le strade, i balconi, le cantine, immergendo tutto e tutti in un'atmosfera surreale, di magia, di commozione, allegria e sogno.

Chi ha vissuto le precedenti edizioni, conosce l'affettuosa complicità tra il Teatro Senza Tetto, arte incontaminata dalla reale quotidianità, espressione che sa superare i diversi mondi espressivi e culturali in una visione universale, e le pietre, gli angoli, i silenzi del centro storico, caratteristico per l'immutato fascino della piccola città murata che diventa voce e forma inedita di anime vive di artisti.

Il Teatro senza Tetto è dedicato a tutti coloro che vivono l'arte del teatro nella strada, ed è dedicato al felice incontro tra l'Arte e il Paese, itinerario ideale della riscoperta della musica, del ritmo, delle sonorità diverse, della comicità vissuta e di incredibili sfide alla forza di gravità di acrobati incantatori.

Il Talia Festival ha ospitato alcuni fra i più importanti ed incredibili acrobati e giocolieri d'Europa, che hanno proposto numeri ed acrobazie da lasciare con il fiato sospeso adulti e bambini - dal pomeriggio a notte inoltrata - con spettacoli inediti ed esclusivi nel magico palcoscenico del borgo medievale. Artisti fra cielo e terra, nell'essenziale semplicità della capacità creativa e dell'abilità fisica, che puntano sull'incomparabile e sullo stupore di fronte alla straordinaria abilità ed energia degli artisti.

Ma l'appuntamento di Campagnano legato al teatro di strada è anche frutto di un'altra iniziativa che l'amministrazione è riuscita a collegare sinergicamente e che ha contribuito a far diventare il piccolo borgo laziale un centro interessante di attività e di iniziative rivitalizzanti economicamente

Le Bancarelle di Campagnano, un successo commerciale

Ogni ultima domenica del mese, da settembre a maggio, nelle piazze e per le strade del borgo medievale, prende vita il più importante mercato d'antiquariato ed artigianato del centro Italia. Questo appuntamento, organizzato dalla Cooperativa «Il Sorbo» è giunto ormai al 13° anno di edizione ed è considerato dagli addetti ai lavori una vera e propria tappa obbligata.

Ideata in origine sulla falsa riga dei mercatini inglesi, con l'intenzione di valorizzare il centro storico Campagnanese (raro esempio di borgo triplice medioevale); conta adesso oltre 280 espositori, tra antiquari, collezionisti, artisti, artigiani che si ritrovano in quelle domeniche, per esporre i loro oggetti, soprattutto mobili, il ramo principale della mostra. Accantocassapanche e mobili dell'ottocento borghese di tutta Europa, trovano comunque posto oggetti dall'arte povera inglese all'antico italiano, ma ancora argenterie inglesi e della migliore qualità, settecenteschi olii su legno, icone, ceramiche danesi, stampe, antichi tappeti, marmi, cristalli, gioielli, orologi che vanno dagli «Swatch», che hanno le peculiarità del solo collezionismo a quelli ben più importanti, che sono a detta degli esperti, autentiche rarità. Saltano all'occhio grammofoni, antiche radio e telefoni, vecchi strumenti di navigazione e volo, nonché eliche d'aereo, gli stupendi juke-box accanto alle casseforti degli inizi del secolo, fra i quali non è difficile incontrare attori, cantanti, e personalità dello spettacolo e non, che vengono attirati da tante curiosità. Inoltre "Le Bancarelle di Campagnano" ospitano prodotti alimentari alternativi, come prodotti naturali e biologici, e prodotti curativi naturali ed un variegatissimo e preziosissimo artigianato artistico che spazia dalle minuterie a vere e proprie opere d'arte.

Grazie alla vicinanza di Roma ed alla facile raggiungibilità tramite le statali Cassia o Cassia Bis, dopo soli 20 minuti dal centro di Roma, ci si può ritrovare non solo nel cuore del mercato ma anche immersi nella particolare atmosfera di quella giornata, creata dai «Buskers», gli artisti di strada che si avvalgono della stupenda scenografia costituita dalle cinquecentesche fontane del Vignola e dalle stradine del borgo ancora lastricate di cunei di pietra lavica: i «selci» o «sampietrini».

La grande massa di pubblico che ogni edizione riempie tutta l'area della mostra, (mediamente 15-20.000 presenze) ne fanno uno degli appuntamenti immancabili sia per amanti che per operatori del settore.

La pubblicizzazione delle iniziative

La manifestazione viene pubblicizzata avvalendosi soprattutto di canali a basso costo, a cominciare da una intelligente campagna su internet e sulle radio. Fino a questo momento sono usciti più di 10.000 spot pubblicitari su varie emittenti radiofoniche di importanza regionale e nazionale (Radio Dimensione Suono, Radio Subasio, Radio Italia, Radio Lattemiele, Radio Emme 100, Radio Mambo, Radio Suby e molte altre).

Il successo della manifestazione ha prodotto più di 1.900 tra articoli, spazi pubblicitari ed altro, apparsi su quotidiani, riviste di settore e non (Il Messaggero, Il Corriere della Sera, Il Tempo, La Repubblica, La Gazzetta dell'Antiquariato, Mostre, Cose Antiche, Collezionare, Porta Portese, L'Informatore, Sorrisi e Canzoni TV, Dove ecc.).

In questi anni sono stati inoltre distribuiti 350.000 volantini e concepite migliaia di comunicazioni tramite mailing

Non si sono fatti attendere i servizi televisivi, ultimo dei quali realizzato dalla Rai nella trasmissione "Serenio Variabile" di Osvaldo Bevilacqua, in cui hanno dedicato alla manifestazione un'intera parte della puntata.

La manifestazione offre anche la possibilità di far conoscere il territorio del comune e quindi il resto delle sue offerte in termini di turismo alternativo e intelligente. Chi arriva a Campagnano sa di poter visitare il museo archeologico, gli scavi della Mansio di Baccano e dell'antica Cassia. L'Autodromo di Vallelunga, il Campo di tiro per armi ad uso sportivo, il Campo di volo per aeromodellismo, il Parco di Veio, la Visita al lago di Martignano e la possibilità di passeggiate a cavallo.

Il MIDNIGHT SUN Festival, un successo internazionale e una scommessa che sembrava impossibile

Ma le possibilità di intervento possono interessare anche settori che tradizionalmente presentano una fisionomia storicamente strutturata. E' il caso della cinematografia e dell'organizzazione dei festival di settore legati fortemente al mondo dello Star Business. Fra le tante realtà in Europa se ne discosta una, il Midnight Sun Festival, attualmente fra i più importanti appuntamenti e con caratteristiche di svolgimento abbastanza particolari:

Il Midnight Sun Festival ha visto la luce a Sodankyla nel 1986, grazie ad un progetto dei fratelli Kaurismaki, registi e produttori cinematografici oggi fra i più importanti in Europa.

La particolarità del festival sta su alcuni elementi organizzativi che lo discostano dagli altri conosciuti e sul fatto che la cittadina finlandese si trova a 120 chilometri più a Nord del circolo polare artico.

Ogni anno, nel mese di giugno, unico mese caldo dell'anno in questi freddi territori del Nord, il festival richiama nella sperduta località sperduta della Lapponia una folla incredibile di visitatori dalla quale è ritenuta una delle più grandi manifestazioni della cinematografia Europea e luogo di appuntamento per artisti, tecnici e esperti del settore.

Da parte dei fratelli Kaurismaki, la carta vincente del festival è di aver progettato un festival fortemente informale rivolto principalmente rivolto ad un pubblico di cinefili. Gli artisti, i registi e i tecnici cinematografici che ogni anno raggiungono questa sperduta località del Nord della Finlandia, vivono per alcuni giorni in un ambiente rilassato e non convenzionale, privo delle tipiche barriere dello show Business internazionale: artisti e pubblico hanno la sensazione di partecipare ad una festa e tutto dalle presentazioni alle cene offerte dalle case di produzione, si svolgono senza barriere di alcun genere.

Le proiezioni si svolgono a ritmi abbastanza sostenuti e nell'arco delle 24 ore in una grande tendone da circo, dove continuamente vengono proiettate le opere in cartellone. Intorno al tendone e nella cittadina si sviluppano dibattiti e mostre sul mondo del cinema e la gente che arriva trova ospitalità nelle case degli abitanti di questa isolata cittadina nordica, nei pochi alberghi della zona e in un grande campeggio attrezzato dall'amministrazione.

Il festival si divide in tre sezioni una delle quali per le star, seguita da emergenti e da sezioni speciali e retrospettive.

Il festival porta ogni anno in questa cittadina finlandese a 120 chilometri dopo il circolo polare artico oltre 25 mila persone e 200 giornalisti delle maggiori testate internazionali, che si trasferiscono a Sodankyla per tutto il periodo del festival.

In questo modo una città isolata geograficamente dai grandi circuiti internazionali è riuscita a diventare un appuntamento annuale fisso per la carovana dello star business e per il popolo dei cinefili.

Di seguito le personalità che in questi diciannove anni hanno raggiunto soggiornando la località finlandese

1986: Samuel Fuller, Jonathan Demme, Bertrand Tavernier, Jean-Pierre Gorin

1987: Michael Powell, Jacques Demy, Jim Jarmusch, D. A. Pennebaker, Juliet Berto, Thelma Schoonmaker

1988: Monte Hellman, Paul Schrader, Dusan Makavejev, Aleksei German, Krzysztof Zanussi, Ali Özgentürk, Helle Ryslinge

1989: Paul Morrissey, Krzysztof Kieslowski, Otar Ioseliani, John Berry, Vadim Abrahimov, Idrissa Ouedraogo

1990: Richard Fleischer, Manoel de Oliveira, Ettore Scola, Jean-Pierre Léaud, Octavio Bezerra

- 1991: Andre De Toth, Laslo Benedek, Alberto Lattuada, Jean-Charles Tacchella, Agnès Varda, Chantal Akerman, Enzo Serafini, Etienne Chatiliez
- 1992: Roger Corman, Claude Chabrol, Jan Troell
- 1993: Joseph H. Lewis, Dino Risi, Jerzy Kawalerowicz, Julio Medem
- 1994: Robert Wise, Mario Monicelli, Luis García Berlanga, Stanley Donen, John Sayles
- 1995: Robert Parrish, Agnieszka Holland, Maud Linder, Richard Price, Fridrik Thór Fridriksson, Victor Erice
- 1996: Jean Dreville, Claude Sautet, Daniele Dubroux, Robert Boyle, Doris Dörrie
- 1997: Gianni Amelio, Vincent Sherman, Jerzy Skolimowski, István Szabó, Costas Ferris
- 1998: Youssef Chahine, Terry Gilliam, Robby Müller, Stefan Jarl, Wim Wenders, Leonard Kastle
- 1999: Edgardo Cozarinsky, Costa-Gavras, Francesco Rosi, Angela Winkler, Murali Nair
- 2000: Bob Rafelson, Paolo Taviani, Ivan Passer, Shinji Aoyama
- 2001: Freddie Francis, Sergio Sollima, Jerry Schatzberg, Agnès Jaoui, Nana Djordjadze, Filippos Tsitos, Emmanuel Carrère
- 2002: Francis Ford Coppola, Miklós Jancsó, Fernando E. Solanas, Denys Arcand, Luce Vigo
- 2003: Irvin Kershner, Emir Kusturica, Jean Rouch, Pascal Thomas
- 2004: Val Guest , Nanni Moretti , Marlen Hutsijev , Wolfgang Becker , Jörn Donner

IL PAESE DELLA LETTERATURA : Grignan

Grignan é un villaggio, della Drôme Provençale, nelle vicinanze di quella che viene chiamata dai francesi 'l'Enclave des Papes', del Nyonsais e sulla strada dei vini (Côteaux du Tricastin, Gigondas, Vacqueyras).

A Grignan potrete visitare il castello, il museo del libro e della topografia, il villaggio provençale in miniatura e nelle vicinanze l'abbazia d'Aiguebelle, le rovine del d' Al eyrac, Vaison la Romaine e il castello de Rochegude.

Grignan, ha curato moltissimo il suo aspetto e al visitatore si presenta come un villaggio fiorito di rose antiche che in primavera ricoprono le mura insieme ai garofani e ai campi di lavanda.

E' un paese che ha mantenuto intatto il suo assetto urbano e il visitatore ha il piacere di camminare tra le strette viuzze del villaggio che il martedì mattina si trasformano in un mercato provençale ricco di colori.

Per tutta l'estate, questo piccolo villaggio, organizza feste e incontri notturni di letteratura, d'arte calligrafica e della miniatura. Agli angoli delle strade spuntano banchetti e i caffè si trasformano in caffè letterari e poetici. Attori famosi ed esordienti si presentano al pubblico con letture e recital di testi poetici.

Sempre nello stesso periodo si organizzano manifestazioni collaterali, mercati e fiere specializzate che hanno come tema il mondo delle lettere nelle sue diverse faccende degli spettacoli sul tema della lettura e della poesia, tutto ciò si svolge in un bellissimo paesaggio, e sullo sfondo della collegiata e nei giardini dell'antico castello. Durante le lunghe serate estive, la gente che raggiunge il villaggio dalla costa e dalle regioni vicine, può visitare i diversi mercati notturni che rimangono animati e pieni di gente fino a tardi

Numerose distrazioni sono offerte ai turisti, tennis, piscina, passeggiata a cavallo equitazione, pesca, bocce 'pétanque', passeggiata a piedi.

La regione è collinare e molto bella: boschi di quercie, gariga ma anche meravigliose pioppete bordi del Lez. In luglio i campi di lavanda e girasole offrono un spettacolo ricco di colori e la presenza di diversi corsi d'acqua danno la possibilità di piacevoli pause.

Capitolo 8 : Materiali per la riflessione

1) Piemonte e ecomusei

Gli Ecomusei piemontesi nascono da una legge regionale nel 1995. Sono due i principali scopi per cui vengono costituiti: il primo è preparare e valorizzare la memoria storica e collettiva delle comunità, il secondo è di porre l'attenzione su come l'insediamento tradizionale abbia influenzato l'approvazione e l'evoluzione del paesaggio. Non più l'ambiente o l'aspetto culturale e umano, adesso i due risvolti vengono presi in considerazione in modo organico e integrato, per cui non solo, al centro dell'attenzione vi è l'uomo, ma anche come questi si rapporta all'ambiente circostante, e come l'ambiente è da lui influenzato. Tale condizione rappresenta il grande salto in avanti che potenzialmente viene fatto; come la regione quindi opera praticamente per ottenere questi risultati e scopi molto difficili, organizzando delle aree di dimensioni e caratteristiche adeguate, e, di conseguenza, provvede ad attrezzare e recuperare fabbricati e strutture.

Finalità degli Ecomusei:

1. Conservazione e Restauro della cultura collettiva. Il restauro viene inteso, non tanto come tale, ma come rispolvero, recupero della memoria collettiva, delle abitudini quotidiane, delle tradizioni religiose, delle tradizioni culturali, dell'attività lavorativa, salvaguardia e valorizzazione di manufatti, attrezzature, ambienti e situazioni concrete.
2. Studio della relazione tra uomo e ambiente, dell'utilizzo delle risorse naturali, delle tecnologie, e delle fonti energetiche: in pratica attenzione non concentrata o sull'uomo o su quello che ha intorno, ma su entrambi.
3. Sentieri Tematici: predisposizione di percorsi nel paesaggio e nell'ambiente, all'interno dell'ecomuseo sono previsti degli itinerari, dei percorsi che permettano di relazionare i visitatori con l'ambiente di contorno. Il percorso è una guida culturale a ciò che ci circonda. I Sentieri coinvolgono spesso nella loro ramificazione edifici di valore storico-culturale, il cui recupero funzionale è al centro del carattere documentario dell'ecomuseo. Corsi di formazione, momenti dimostrativi, educazione ambientale e informazione di orientamento affiancano nel museo la raccolta delle testimonianze, i sistemi informativi, l'archivio documentario, con lo scopo congiunto di offrire una didattica viva e sul campo, incentrata su quei fattori ambientali e sociali che nel tempo hanno condizionato il rapporto uomo - natura..
4. Promozione e Sostegno di attività di ricerca scientifica e di attività didattico educative; quindi ben venga un progetto di didattica e di collaborazione con enti di ricerca in grado di approfondire settori e ambiti specifici coinvolti dal territorio dell'ecomuseo. Il coinvolgimento delle comunità, delle istituzioni culturali e scolastiche, delle strutture associative locali, nell'ecodisegno della maturità locale, deve essere attore e produttore dell'ecomuseo nell'ambiente su cui influisce, ma lo crea anche, con la vita e le tradizioni quotidiane.

I Gestori degli Ecomusei sono enti di gestione delle aree protette regionali, provincie, comuni, comunità montane o associazioni appositamente costituite.

In Piemonte sono presenti diversi Ecomusei e molti sono in fase di realizzazione a testimonianza delle diverse culture ed espressioni dell'uomo presenti nel territorio piemontese. Ecomusei della Segale, della Vite, della Pastorizia, della Cultura Popolare, dell'Acqua e della Terra e molti altri, tutti da scoprire ...

2)La dichiarazione di Trento sugli ecomusei

La Dichiarazione di Trento parte da una definizione condivisa di ecomuseo.

L'ecomuseo è un processo dinamico con il quale le comunità conservano, interpretano e valorizzano il proprio patrimonio in funzione dello sviluppo sostenibile.

L'ecomuseo è basato su un patto con la comunità.

Definizioni ne esistono molte, ma ciò che conta è quali sono gli elementi chiave di una definizione e cosa vogliono significare.

Processo dinamico significa che l'ecomuseo non è solo un fatto formale, un percorso disegnato sulla carta, ma deve corrispondere ad azioni concrete, capaci di cambiare la società e incidere positivamente sul paesaggio.

Per comunità si intende un gruppo caratterizzato da:

- coinvolgimento generalizzato
- responsabilità condivisa
- ruoli intercambiabili : nell'ecomuseo operano amministratori, volontari, altri operatori locali.

Comunità non significa che le amministrazioni locali, un prodotto storico unico e un patrimonio della democrazia europea, non debbano contare, ma al contrario che il loro ruolo, per essere efficace, deve coinvolgere e saper andare oltre la ristretta cerchia degli addetti ai lavori.

Conservazione, interpretazione, gestione del patrimonio significa che della pratica dell'ecomuseo fanno parte la lettura e la comunicazione del proprio patrimonio, la capacità di reinterpretarlo e valorizzarlo. Il concetto di patrimonio è strettamente legato a quello di territorio, e include la storia delle persone e delle cose, il visibile e il nascosto, il materiale e l'immateriale, la memoria ed il futuro. Anche il recente Incontro nazionale polacco, sottolineava i concetti di "specific living space" e "unique-ness" del territorio, come elementi chiave nella definizione di ecomuseo.

Lo sviluppo sostenibile è al centro degli obiettivi dell'ecomuseo e significa, fra l'altro, aumentare il valore del territorio anziché consumarlo. Il modello emergente individua oggi due elementi chiave in questo processo: la valorizzazione condivisa dei milieu territoriali, come descritti al punto precedente, e il rafforzamento delle reti di relazioni locali, nelle quali l'ecomuseo deve trovare un ruolo come catalizzatore nella costruzione di capitale sociale.

Per patto si intende un accordo condiviso che presuppone impegni reciproci tra le parti. Anche in questo caso, l'Incontro polacco, dava rilievo al concetto di "voluntary meeting of people".

3) Economia di mercato e terzo settore

L'economia di mercato non sembra in grado di offrire risposte adeguate a molti problemi economici.

La disoccupazione e l'esclusione sociale aumentano, anche quando l'economia cresce. Importanti bisogni sociali restano insoddisfatti sia nei Paesi avanzati, dove vengono richiesti nuovi servizi e beni di qualità, sia nei Paesi poveri, dove continuano a mancare, spesso, beni e servizi essenziali.

Per rispondere a questi problemi si sono sviluppate le attività senza scopo di lucro del Terzo Settore, nei Paesi del Nord, e le esperienze di economia popolare, nel Sud del mondo, con l'obiettivo comune di costruire un'economia della solidarietà sottratta, almeno in parte, alle logiche del mercato.

Hanno trovato spazio, così, forme di auto-organizzazione economica, iniziative locali, nuovi modi di organizzare la produzione, il consumo, la finanza.

Quali possibilità di sviluppo hanno queste attività economiche? In che misura possono sostituire o integrare le attività di mercato o i servizi forniti dallo Stato? Come possono mantenere un carattere alternativo senza diventare subalterne alle logiche del mercato o restare puramente marginali? E che ruolo possono avere il Terzo Settore e l'economia popolare, nelle politiche economiche e sociali che devono tutelare diritti e soddisfare bisogni nel Sud del mondo, come in Europa e in Italia?

Nei Paesi industrializzati, con l'espressione "Terzo Settore", si identificano tutte quelle attività caratterizzate dall'assenza di scopo di lucro e dall'unione di lavoro retribuito e volontariato, nei campi che vanno dall'assistenza alla tutela ambientale, dalla formazione ai servizi sanitari e sociali, dalla vita delle comunità locali alla solidarietà internazionale, dalle attività culturali a quelle sportive; mentre le forme organizzative vanno dalle organizzazioni di volontariato alle cooperative sociali, dalle associazioni alle fondazioni.

Queste attività si sono sviluppate realizzando forme di auto-organizzazione sociale, offrendo nuove opportunità di occupazione, contribuendo al rinnovamento del welfare e aprendo nuove forme di partecipazione politica.

I confini delle attività e delle forme organizzative, da comprendere nel Terzo Settore, e la stessa terminologia adottata per descriverlo, variano a seconda dei contesti nazionali e delle impostazioni concettuali.

Ecco una serie di formule spesso utilizzate: Terzo Sistema, Terza Dimensione, Settore Nord Non profit, Economia Civile, Economia informale, Economia Sociale, Economia Solidale, Economia Associativa, Impresa Sociale, Privato Sociale... ed altro ancora.

Nei paesi anglosassoni si è sviluppato un settore non profit fortemente orientato al mercato, con un ruolo sostitutivo dell'azione pubblica, spesso limitata o assente nei campi dell'istruzione, della cultura e della sanità.

La differenza saliente tra queste organizzazioni e le imprese, è il vincolo di non distribuzione degli utili e la concentrazione delle attività solo in alcuni settori economici.

In Europa, le forme del Terzo Settore, sono più complesse e variegate e devono essere lette in relazione alle esperienze mutualistiche e solidaristiche tipiche dell'associazionismo operaio e cattolico del secolo scorso.

4) La riscoperta dell'economia locale

C'è bisogno di riequilibrare il mercato, deprioritizzando quello internazionale in favore di quello locale e regionale, dando nel contempo priorità alle piccole e medie imprese e promuovendo una maggiore autosufficienza locale.

Anche se entro certi limiti il commercio internazionale è indispensabile, un'economia locale sana è la chiave per assicurare la soddisfazione dei bisogni basilari della gente. Invece, l'attuale processo di liberalizzazione lo sta minando alla radice in molti modi e lo squilibrio è tutto a favore del mercato internazionale. In particolare le piccole imprese non riescono a resistere alla concorrenza delle multinazionali, che possono godere di economie di scala. Per questo motivo in ogni parte del mondo comunità locali che potevano sopravvivere con un'economia di sussistenza sono ora a rischio.

Inoltre, il commercio internazionale ha impatti ambientali e sociali gravi, in parte a causa del trasporto di lunga distanza e del conseguente uso di combustibile e in parte in ragione della natura e del quantitativo dei prodotti che tratta.

5) Progresso ed energia, un rapporto da cambiare

Che il problema delle risorse sia appunto fondamentale lo dimostra ad esempio la battaglia dell'energia. L'energia è stata sicuramente uno dei motori della vita umana e tutta l'evoluzione che c'è stata si può rappresentare anche con l'aumento della capacità dell'uomo di produrre energia. Per tornare all'esempio del Medioevo, le foreste erano state depredate proprio perché a quel tempo l'energia si otteneva essenzialmente dalla legna. Oggi abbiamo altre fonti di energia però il discorso di base è che (con la crisi petrolifera degli anni 70 non è più stato possibile ignorare) l'energia che l'uomo sta utilizzando attualmente non è un'energia illimitata. Ecco quindi che negli ultimi decenni il discorso più consueto nel campo del lavoro e dell'ambientalismo è stata la ricerca di nuove fonti di energia come viene detto "rinnovabile". Ma l'esempio dell'energia è indicativo ed è un paradigma che deve essere utilizzato per tutte le attività dell'uomo. Oggi abbiamo imparato che l'uomo può trovare delle fonti alternative di energia e nel futuro parti sempre più consistenti arriveranno dal sole e successivamente dall'utilizzo dell'idrogeno. Però sarebbe comunque parzialissimo se il ragionamento si limitasse a riflettere esclusivamente sull'energia. Il problema che noi abbiamo è un problema di un consumo di risorse in senso più generale. Nel momento in cui facciamo delle scelte produttive consumeremo del territorio, delle altre risorse. Immediatamente legato a questo c'è il problema altrettanto grave e profondo dei residui che le attività producono. In certi Paesi alcune limitazioni nell'utilizzo delle risorse sono più difficilmente avvertibili che in altri. A questo proposito la differenza è chiara tra i Paesi che hanno a disposizione vaste quantità di suolo e quelli che ne hanno meno e nei quali l'antropizzazione è molto elevata, come ad esempio in Italia. Ma se pensiamo che nel futuro si prevede appunto il raddoppio della popolazione mondiale possiamo facilmente immaginare che anche in quei Paesi dove la pressione demografica è ancora attualmente contenuta essa esploderà sicuramente nel prossimo futuro. La situazione che stiamo vivendo in Italia è una situazione in cui l'antropizzazione ha portato a una grandissima occupazione del suolo, per questo motivo il suolo non è più una risorsa assoluta ma è una risorsa non completamente a disposizione dell'uomo e quindi limitata. Altra risorsa che sarà limitata e che lo è già abbastanza è l'acqua. L'acqua nel prossimo futuro sarà il petrolio dell'economia e oggi è indispensabile per un altissimo numero di attività a cominciare dall'attività agricola. Attualmente la maggiore produttività si ottiene da terreni che sono coltivati e irrigati. Se l'acqua venisse a mancare la produzione agricola nel mondo potrebbe cadere vertiginosamente. Allora, la scelta di parlare di economia sostenibile significa appunto che occorre ridiscutere e rivedere tutte le scelte produttive della specie umana non solo in vista di una immediata ricaduta economica favorevole ma anche imparare a fare una scelta economica globale e allora diventano economia anche il risparmio delle risorse il recupero e il riciclo dei rifiuti, diventano economia appunto l'esaurimento delle risorse coinvolte nel ciclo produttivo. Sotto questo punto di vista lo sviluppo dell'economia sostenibile deve iniziare dalla valutazione di quelle che sono le necessità sociali di una popolazione. L'economia sostenibile è un progetto che deve partire dall'idea di

riuscire a creare un'economia che crei del lavoro e quindi ricchezza per le persone a prescindere dall'utilizzo di materie prime esauribili. Non si tratta chiaramente di un sistema che è totalmente alternativo al sistema di produzione attuale anche se un certo avviamento è in corso. Esiste tutta una serie di lavori in Internet esclusi ovviamente quelli di vendita di una materia prima, che sono di natura intellettuale tipo la creazione di siti, di testi ecc. queste tipologie di lavoro fanno parte di un indirizzo che è già iniziato e che segue le regole del mercato. Le mitiche regole di mercato le possono seguire anche gli altri ecolavori perchè politicamente si deve tenere presente che un tipo di lavoro che esaurisce le risorse finisce inevitabilmente per non procurare più del lavoro con tutte le conseguenze che conosciamo. L'ecolavoro invece non andrebbe incontro a queste negatività. Un esempio potrebbe essere quello della sfruttabilità di una miniera di rame; il giorno in cui essa si esaurisce viene a mancare anche tutto il lavoro che ruota intorno. Questo esempio così semplice, può essere allargato a qualsiasi risorsa vogliamo che può andare incontro all'esauribilità. L'ecolavoro, il lavoro ecologicamente sostenibile invece non andrebbe incontro a queste negatività e nello stesso tempo sarebbe concorrenziale sul mercato. Certamente questa non è un'ipotesi che sia in contrasto violento e totalmente alternativo al sistema economico attuale, si tratta di una linea di indirizzo che le forze politiche devono accettare impiegando le loro possibilità finanziarie per favorire questo nuovo modo di produrre lavoro.

6) L'ecoturismo: un modo per rispettare l'ambiente e se stessi

L'ecoturismo consiste in viaggi che non danneggino l'ambiente e dove questo sia l'attrazione. L'obiettivo è quello di soddisfare le aspettative economiche e le esigenze ambientali locali e rispettare non solo la struttura fisica e sociale del Paese, ma anche le istanze delle popolazioni locali. L'ecoturismo è una metodologia di viaggiare che supera i modelli di turismo consumistico permettendo una migliore conoscenza di se stessi e degli altri, di rispettare l'ambiente. Dato che oggi il turismo è la principale attività economica del globo si cerca di sviluppare una maggior attenzione all'interazione tra viaggiatori e comunità ospitanti, per favorire un vero rispetto delle diversità culturali, ed una disponibilità di adattamento ad abitudini e modi diversi dai propri. Si cerca di ridurre al minimo i danni dell'impatto socioculturale ed ambientale prodotto dai flussi turistici e di rispettare ed incoraggiare il diritto delle comunità locali a decidere sul turismo nel proprio territorio, e con queste stabilire rapporti continuativi di cooperazione solidale.

La principale causa del continuo deterioramento dell'ambiente globale consiste nei modelli insostenibili di produzione e consumo, in particolare nelle nazioni industrializzate. L'umanità sta erodendo il capitale naturale della Terra a una velocità significativa. Un maggior numero di persone deve quindi modificare la propria convinzione secondo la quale l'aumento del consumo materiale sia esemplificativo di progresso o di successo. I comportamenti sostenibili sono quei modi di agire che contribuiscono a salvaguardare l'ambiente e conservarlo per le generazioni future. Grossa importanza hanno anche i gesti personali che rendono migliore la convivenza civile. Le comunità locali e le realtà istituzionali hanno grossa importanza, ma ogni singola persona nella quotidianità può rendere migliore il suo/nostro mondo.

7) "Learning E-work", un modo diverso di lavorare

Si è conclusa il 9 ottobre dello scorso anno la prima fase del progetto "Learning E-work - Progettare on line il telelavoro" curato dal Formez con l'obiettivo di stimolare e diffondere esperienze e sperimentazioni di telelavoro. L'Italia, rispetto alle altre amministrazioni europee è piuttosto indietro nell'utilizzo di questa modalità di lavoro. Per dare diffusione ad uno strumento, che potrebbe portare miglioramenti rilevanti nella qualità del lavoro dei dipendenti pubblici e nella efficacia ed efficienza dei servizi resi, anche la Finanziaria 2003 ha previsto uno stanziamento. Il bilancio di questa prima fase di attività, del tutto sperimentale che vede nella modalità a distanza il principale veicolo di assistenza/consulenza è sicuramente positivo sia in termini di risultati ottenuti sia in termini di soddisfazione dei partecipanti. Cinque le idee progettuali presentate che verranno seguite nella fase di lavoro successiva relativa allo sviluppo dello studio di fattibilità. L'ERSAT (Ente di Sviluppo Agricolo della Sardegna) vedrebbe nel telelavoro un utile strumento per gestire l'ufficio stampa informatizzando la redazione di articoli e comunicati, da pubblicare sulla stampa e sul sito Internet, e la rassegna stampa quotidiana. L'Università di Catania avvierebbe una sperimentazione di telelavoro domiciliare per gestire le delibere e le riunioni del Consiglio di Facoltà. La Regione Marche, con il progetto "ReteVerde Marche", utilizzerrebbe il telelavoro come occasione per riorganizzare alcune attività dell'Area dei Servizi Agricoltura e valorizzazione dei terreni agricoli attraverso la programmazione e il monitoraggio degli interventi in agricoltura, finalizzato alla elaborazione dei dati per la programmazione dello sviluppo regionale. L'Asl 3 di Foggia svilupperebbe in telelavoro tutta l'attività di gestione dei ricoveri e la raccolta, l'analisi ed elaborazione dei dati provenienti dalle Unità Operative pubbliche e dai Centri privati accreditati. Infine, la Regione Campania avrebbe come obiettivo lo svolgimento in rete del lavoro di informazione e monitoraggio fitosanitario in agricoltura. La seconda fase del progetto parte in questi giorni e vede le amministrazioni impegnate nello studio di fattibilità. Saranno assistite anche in questa parte del percorso dallo staff di consulenza del progetto e si troveranno ad analizzare concretamente la realizzabilità delle loro idee in funzione dei fondi disponibili. del consenso da parte del vertice politico, delle risorse umane e dei tempi disponibili. Obiettivo del Formez è condurre queste amministrazioni fino alla sperimentazione per essere sicuri del risultato. L'appuntamento è per febbraio 2003.

8) Il club dei distretti industriali

I distretti industriali sono una realtà italiana di successo. Il loro scopo è soprattutto di coordinare alcune politiche di sviluppo (la commercializzazione, il rapporto con i mercati esteri, il riordino legislativo, il dialogo con le forze politiche locali ecc) altrimenti impossibili ad una singola realtà produttiva. Le strutture che associano sono infatti piccole realtà artigiane o industriali o medie imprese. Le loro finalità sono per questo molto semplici e facilmente sintetizzabili nei seguenti punti

- promuovere le relazioni con i centri decisori della politica industriale, sia a livello nazionale che comunitario;
- \promuovere le relazioni internazionali con altri distretti, organizzazioni economiche e culturali;
- promuovere studi e ricerche in campo economico e collegamenti fra gli operatori istituzionali, economici, culturali e scientifici anche come opera di sensibilizzazione diffusa sulle necessarie politiche per lo sviluppo dei sistemi locali;
- promuovere l'immagine e comunicare la realtà dell'economia italiana basata sui distretti industriali;
- promuovere iniziative e servizi di comune interesse dei Soci.

9) I distretti, un modello di organizzazione industriale di successo

In termini generali i distretti industriali costituiscono un modo originale di interpretare un fenomeno molto diffuso e noto agli economisti con vari nomi: clusters (Usa, Gran Bretagna), sanchi (Giappone), systems productifs locaux (Francia); in pratica, "le interrelazioni e i legami che si stabiliscono tra le organizzazioni e gli operatori economici che sussistono su uno stesso territorio ne accrescono il vantaggio competitivo". I fattori alla base di questo moltiplicatore di competitività sono fondamentalmente di tre tipi:

- economie di agglomerazione; la concentrazione di una massa di attività specializzate favorisce la formazione di un mercato del lavoro, la creazione di infrastrutture dedicate e lo sviluppo di servizi ausiliari (trasporti, installazione e riparazione di macchinari, scuole professionali, associazioni di categoria, ...);
- la sedimentazione di elementi intangibili (know how, reti di relazioni interpersonali; l'immagine)
- elementi di "psicologia sociale" (la pressione competitiva tra le imprese, la fiducia e il capitale sociale, il senso di identificazione della comunità di persone)

A partire dagli anni '70 c'è stato un interesse crescente verso questo tipo di fenomeni e numerose agenzie internazionali, governi nazionali e regionali hanno pensato di varare programmi di sviluppo che si ispirano a questo tipo di sviluppo.

Quanti sono i distretti

Nel 1991 la percezione della consistenza effettiva del fenomeno dei distretti, della loro articolazione e del loro peso nel sistema economico italiano era sfuocata.

Sul piano quantitativo la rilevanza del fenomeno è emersa in termini più precisi recentemente con le ricerche di Sforzi in collaborazione con Istat. Questo il peso specifico dei 199 S.L.L. definiti "distretti": 25% popolazione italiana; 31% dei comuni, 30% dell'occupazione totale; 42% dell'occupazione manifatturiera e 18% se, dei distretti, contiamo i soli addetti nei settori caratteristici..

Cosa fanno i distretti?

Anche se manca un'idea organica di una politica per i distretti, gli Enti e le organizzazioni economiche locali si muovono con gli strumenti a disposizione, per assecondarne lo sviluppo: alcune Regioni promuovendo e finanziando l'attività dei "centri servizi" e dei consorzi; i Comuni attrezzando le aree industriali; le associazioni degli imprenditori e le camere di commercio occupandosi di formazione professionale, sviluppo di servizi collettivi (fiere, trasporti, ecc.) e di immagine territoriale. In fatto di innovazione, negli anni '80 l'Enea aveva sostenuto vari progetti di innovazione (il progetto Sprint a Prato, Istrice a Sassuolo, le analoghe iniziative in altri distretti..). Al vuoto sul fronte delle teorie si contrappongono dunque varie "prove" di politiche per i distretti su quello reale. Tutto questo è avvenuto perlopiù in modo occasionale, spesso forzando un quadro normativo frammentario, disegnato con preoccupazioni diverse e, soprattutto, senza una chiara finalizzazione e un adeguato apporto di risorse.

Perché una politica per i distretti?

Molti si sono chiesti e continuano chiedersi "perché una politica per i distretti?". E' una domanda alla quale si può rispondere rispetto a due diverse prospettive:

- gli interventi in senso lato per il consolidamento dei distretti esistenti
- gli interventi per la creazione di nuovi distretti.

In effetti, pensando ai problemi dei distretti oggi in Italia (tanto quelli già affermati che quelli in fase di gestazione), le leve più efficaci a disposizione di Governo e Regioni sono probabilmente gli interventi in infrastrutture, la semplificazione burocratica e l'alleggerimento della pressione fiscale. Questa constatazione non significa tuttavia che non ci sono buone ragioni per attuare una politica territoriale per distretti. In questi sistemi, infatti, succedono strane alchimie. Nei distretti la competitività non è solo un fatto interno alle imprese; questa dipende dalla ricchezza delle relazioni di subfornitura, dalle esperienze e dalla mobilità dei lavoratori, dalla presenza di una rete di servizi ausiliari specializzati e, più generale, dalla particolare atmosfera che si crea a livello locale (senso di identità, concorrenza, spirito di emulazione,...).

Politiche con la "P" maiuscola e la "p" minuscola!

Un nodo particolarmente controverso delle politiche per i distretti riguarda i contenuti. Le politiche per i distretti si giocano su più fronti: la formazione di base e quella professionale, le aree industriali, le strade, l'immagine e il marketing territoriale, i consorzi per il credito e per la promozione, gli interventi sui sistemi di qualità, la ricerca, la diffusione delle applicazioni informatiche e telematiche, la regolazione dei mercati delle utilities. In alcuni distretti sono stati molto importanti anche gli eventi progettati (o subiti; per esempio una crisi o una minaccia esterna) per rafforzare l'identità e il senso di appartenenza locale.

Ci nascondiamo dietro ad un dito se pensassimo che una politica dei distretti si può fare con una legge che, in venti o trenta articoli, mette in fila tutti i possibili interventi finalizzati a tonificare i distretti e definisce procedure semplici e lineari per un fronte di interventi tanto ampio. Una buona politica per i distretti si sostiene su tutto l'insieme delle azioni che a livello locale possono rafforzare la competitività delle imprese: dal programma dei corsi degli Istituti Professionali alle aree attrezzate per le imprese, dai consorzi per la ricerca alla collaborazione con le università, dagli accordi sindacali ai laboratori per la certificazione, dalle campagne promozionali allo sviluppo di applicazioni telematiche di filiera.

La politica per i distretti è, per sua natura, una politica quadro. Il fatto importante non sta nel definire un certo numero di strumenti e di beneficiari ma nelle modalità di intervento; una politica per i distretti è fondamentalmente una politica centrata sui territori, secondo un approccio "bottom up"; è una applicazione sistematica e generalizzata a tutti i campi di intervento del principio di sussidiarietà.

E' bene chiarire che la politica per i distretti non è una politica di nuovi incentivi per le imprese e alcuni semplici dati ci aiutano a spiegare perché non è così che si ottengono i risultati desiderati. Nei suoi primi quattro bandi la l. 488/92 (legge automatica, non discrezionale, rapida,...) ha erogato mediamente 5.000-6.000 miliardi di lire per anno; a beneficiarne sono state ogni volta circa 5.000 aziende. Le imprese manifatturiere in Italia sono 550.000. Leggi come la 488/92, nonostante la consistente dotazione di risorse, hanno inevitabilmente un impatto frazionario sul sistema delle imprese

La distrettualizzazione dell'Italia!

i vantaggi competitivi riconducibili ai legami territoriali, all'interdipendenza, ai mercati delle professioni e all'accoppiata "identità-visibilità" generati dalla localizzazione di tante attività in una stessa area non riguardano solo le imprese dei settori manifatturieri (i distretti industriali).

La prima estensione della parola distretto rispetto alla accezione iniziale è stata effettuata per i giacimenti enogastronomici: lardo di Colonnata, cipolle di Tropea, pane di Altamura, pasticcerie di Ragusa, tartufi delle Langhe, dei prosciutti di cinti senesi.

Di lì a poco sono arrivati i distretti culturali. "Le aree urbane che si specializzano in quanto contengono la più alta concentrazione di attività e luoghi per l'arte e lo spettacolo" è stato sottolineato da una ricerca presentata lo scorso giugno dall'Associazione Civita.

Su questa falsariga si muove il rapporto sui distretti turistici che Giuseppe De Rita ha illustrato un paio di mesi fa. Il rapporto, realizzato da ACI e Censis, ha censito 299 distretti turistici (96 marini, 37 artistico culturali, 137 montani, 29 integrati) dove complessivamente vivono 22,4 milioni di italiani e operano 16.600 ristoranti e 24.300 alberghi.

Anche se vi sono certamente sovrapposizioni, per capire l'estensione del fenomeno distretto a questi numeri dobbiamo aggiungere buona parte dei 199 "distretti industriali" tracciati dall'Istat nel 1996. In questo secondo (solo in ordine espositivo) gruppo di distretti risiedono circa 14 milioni di italiani. In pratica, a patto di intendersi sui significati delle parole utilizzate, più dei due terzi degli italiani vivono (o vivrebbero) in distretti industriali, culturali o turistici, e questa potrebbe essere ancora una stima per difetto.

Poco prima il fenomeno dei distretti turistici era stato analizzato nel rapporto annuale Istat: "l'intero territorio che va da Bellaria, Igea Marina sino a Cattolica" si sottolinea "è un complesso di oltre 5.000 tra esercizi e locali, caratterizzati da un'organizzazione continuata e a rete che consente al turista di fruire di un'offerta personalizzata, tagliata ad opera del distretto sulle esigenze della singola domanda". In alta stagione il distretto di Rimini impiega 40.000 persone (25.000 in più rispetto alla bassa stagione!) con una netta prevalenza di lavoro femminile (65 a 35); "la spiaggia è la risorsa più significativa".

Il processi di "distrettualizzazione" hanno lambito, praticamente, tutto il Paese ma non sono ancora conclusi. La Regione Toscana, infatti, si accinge a istituire i "distretti rurali", una nuova categoria (che non sarà certo l'ultima) il cui riferimento ideale è costituito dal Chianti. La Lombardia ha inventato i "meta distretti"; la nuova definizione consentirà, forse, di comprenderli anche l'insieme di servizi dedicati alla moda (dalle riviste di settore alle associazioni di categoria, dalle agenzie di PR alle show rooms) che hanno scelto come sede Milano. La prima mappa dei distretti tracciata dagli esperti della Regione Veneto copriva praticamente l'80% del territorio regionale. Tra le new entries in questo inventario un po' lasco, ricordiamo ancora i successi dell'Etna Valley, del cluster servizi multimediali a Roma e del polo dell'elettronica di Genova.

Al di là delle classificazioni, quello che sta effettivamente emergendo è il ruolo del contesto che avvolge le imprese come pilastro portante dello sviluppo del nostro paese, sia nel Centro Nord che nel Sud.

10) Manifesto dell'Arte e dell'Impresa

Il 22 febbraio 2002 la Cittadellarte-Fondazione Pistoletto ha ospitato a Biella l'assemblea annuale del Club dei Distretti Industriali Italiani. In quell'occasione si sono sviluppate intense riflessioni, considerazioni e idee sull'opportunità di aprire un'iniziativa che congiunga le energie produttive rappresentate dai Distretti all'attività creativa della Cittadellarte.

Si è convenuto di dare vita a una figura sociale, finora inesistente, che unisca quella dell'imprenditore a quella dell'artista e si è deciso di comunicarne la nascita con questo Manifesto dell'Arte e dell'Impresa.

Nel tempo di passaggio epocale in cui viviamo sono in gioco molti fattori che minacciano drammaticamente il bene comune e diventa sempre più urgente prevedere e attuare nuove forme di sopravvivenza e di coesistenza. Una responsabilità in questo senso investe innanzitutto le persone che dispongono sia di maggior facoltà decisionale sia di maggiore libertà mentale.

L'imprenditore/imprenditrice da un lato e l'artista dall'altro godono appunto di tale responsabile privilegio. Per questa ragione essi si trovano nella condizione di proporre insieme un significativo impegno di >Trasformazione sociale responsabile<.

Partner-Arte

La Cittadellarte-Fondazione Pistoletto, con la sua Università delle Idee, ha come vocazione istituzionale l'intento di portare la creatività, cioè l'arte, ad interagire direttamente e a integrarsi con ogni ambito del tessuto sociale, dall'economia alla politica, dalla scienza alla religione, dalla produzione all'educazione. Perseguendo e realizzando questi obiettivi l'attività intersettoriale della Fondazione si configura come modello culturale esemplare a dimensione internazionale.

Partner-Impresa

I Distretti Industriali Italiani costituiscono un fenomeno-produttivo unico e di rilevanza mondiale. Essi sviluppano una realtà indirizzata verso prospettive di pluralità, di singolarità e differenza che sono sostanziali nella dialettica economica con il sistema onnivoro della omologazione globale.

Le innumerevoli industrie che formano i distretti italiani sono identità autonome che con la propria specifica eccellenza creano un mercato di prodotti originali, particolari, unici e differenziati, frutto di un saper fare che unisce immaginazione e inventiva alla creatività artigianale e alle punte della scienza tecnologica più avanzata.

Queste qualità sono ben più interessanti e necessarie per lo scambio interculturale e per l'avvicinamento tra popolazioni che non il metodo di assorbimento concentrico dell'economia monoculturale, uniformante.

I Distretti Industriali Italiani formano una larga e articolata struttura unitaria in cui prosperano le molteplici realtà produttive. Essi generano le formule organiche di un sistema sociale di grande destino: quello dell'unità nella diversità, estensibile dovunque il contrasto conflittuale tra il principio della differenza e dell'uniformità segna l'attuale stato di crisi della convivenza.

La Dichiarazione

Con questo manifesto Cittadellarte si congiunge al Club dei Distretti Industriali per conferire carisma culturale all'idea che unisce in un grande progetto i Distretti italiani e tutti i singoli produttori che ne fanno parte.

L'iniziativa si prefigge di portare al massimo rilievo il significato culturale che le industrie italiane incorporano nel loro complesso.

Il progetto è economico-culturale

Ad ogni imprenditore/imprenditrice si offre l'opportunità di rendersi partecipe di tale progetto semplicemente dando segno di riconoscere il valore simbolico che la sua stessa attività rappresenta.

Per valore simbolico intendiamo non soltanto quello della moneta, ma quello che corrisponde alla ricchezza di una società nel suo complesso.

Cioè, specificatamente, la ricchezza espressa in toto dall'attività produttiva, economica, politica e culturale che comprende i valori della spiritualità, dell'etica e dell'estetica di cui l'Italia dispone.

Aderire al progetto significa partecipare ad una grande idea creativa e comprendere che per ogni impresa italiana si tratta di un impegno culturale importante e ancor più gratificante del puro profitto pecuniario.

Con il Manifesto dell'Arte e dell'Impresa vogliamo impostare le possibili strategie di quella che definiamo l'Impresa Italia sapendo di poter contare sulla ricchezza endemica di questo paese che porta valori grandi come il "Rinascimento" da cui ha origine la storia moderna dell'Occidente.

L'Italia possiede gli elementi essenziali per poter determinare prospettive di grande portata ricomponendo idealità e attività nel presente, tempo in cui emerge con evidenza la necessità di un nuovo rinascimento.

Le forze produttive e artistiche italiane hanno nel D.N.A. le caratteristiche della multiformità, della molteplicità e della differenza, valori preziosi del passato che proiettiamo nel futuro.

Sono beni che vanno protetti e salvaguardati in ogni modo, come i grandi monumenti storici, di cui questo paese è il maggior possessore e contemporaneamente le antiche ambizioni devono essere riconvertite nel comune impegno di produrre nuova storia.

La figura artistico-imprenditoriale che nasce da questo progetto è portatrice di un fattore "morale" che si inserisce nel calcolo economico dell'imprenditore/imprenditrice, parte dei Distretti Italiani, il cui obiettivo si arricchisce e diviene una vera e propria missione.

In sostanza possiamo riassumere il manifesto in questo slogan: *l'impresa italiana è una missione culturale.*

11) I sistemi locali e lo sviluppo del paese

Questo documento, che si rivolge ai responsabili delle politiche economiche e richiama la loro attenzione sulla rilevanza dei processi di sviluppo endogeno che si sono svolti in molte aree del nostro paese, nasce dalla collaborazione tra un gruppo di queste aree.

I "sistemi locali" hanno svolto e svolgono un ruolo importante nello sviluppo del nostro paese. Il loro contributo alle attività economiche è stimato nel 20/25% del prodotto interno lordo e dell'occupazione; la loro quota sul totale delle esportazioni italiane è superiore al 25%. Tuttavia, i problemi specifici e le potenzialità in termini di occupazione di queste realtà locali non hanno trovato adeguato riconoscimento presso il mondo politico.

I sistemi locali sono caratterizzati da una pluralità di settori e da modi di organizzare la produzione diversi tra loro. Tra questi i più noti sono i "distretti industriali" anche perché si presentano con una identità forte, associata a pochi elementi: la specializzazione in un settore manifatturiero, la divisione del lavoro tra le imprese, l'alto grado di imprenditorialità e la compenetrazione tra la vita sociale e quella economica.

Il "Club dei distretti industriali" è stato costituito nel 1994 per colmare il vuoto di rappresentanza degli interessi specifici di queste realtà. Gli scopi del Club consistono nel:

- creare un network tra operatori dei distretti per favorire lo scambio di informazioni e di esperienze su problemi comuni;
- conferire maggiore visibilità al ruolo svolto dai distretti industriali nel sistema economico nazionale;
- sostenere gli interessi dei distretti presso il governo nazionale e l'U.E.;
- promuovere ricerche e studi sui distretti industriali.

Mentre maturava l'idea di creare il Club, il Parlamento decideva di trasferire alle Regioni potere di intervento sui distretti industriali (L. 317/91). In questo lasso di tempo sono state disattese le speranze che, nel libro delle politiche industriali del nostro paese, trovasse posto finalmente un capitolo dedicato ai distretti industriali.

Politiche di sviluppo e territorio

La proposta del Club si inserisce nella prospettiva più generale della ridefinizione degli assetti dello Stato con il trasferimento di una parte delle funzioni amministrative verso le Regioni e il sistema delle autonomie locali.

Il tessuto industriale italiano è troppo articolato e variegato per costituire oggetto di interventi di carattere generale.

Come dimostra un'ampia casistica di esperienze maturate in varie Regioni, i problemi che i distretti si trovano a gestire sono spesso diversi tra loro; in alcuni casi riguardano la formazione professionale, in altri la depurazione delle acque utilizzate dalle imprese o lo smaltimento dei rifiuti, in altri ancora l'immagine delle produzioni locali o la predisposizione di aree per nuovi insediamenti industriali.

Inoltre, una parte rilevante degli interventi che potrebbero essere adottati a sostegno dei distretti è costituita da servizi mirati di formazione e informazione, di supporto allo sviluppo di attività innovative e di potenziamento dei fattori di attrattività delle singole aree; sono tutti servizi che richiedono una profonda conoscenza delle dinamiche locali.

L'unico modo per affrontare in modo efficace tanti problemi diversi sta nel conferire potere di proposta e di intervento direttamente alle circoscrizioni territoriali.

La richiesta fondamentale che, come operatori dei distretti, rivolgiamo al mondo politico consiste nello spostare in modo netto e radicale le decisioni di intervento dai livelli centrali e regionali a quelli locali.

Questo criterio di base non riguarda solo i "distretti industriali" ma si estende a tutti i "sistemi locali" del paese e configura un nuovo approccio alle politiche industriali basato sul territorio e sulla responsabilizzazione della comunità delle persone che vi risiedono.

12) Il ruolo delle Regioni nello sviluppo del territorio

Tutto questo ha portato ad aumentare il ruolo delle amministrazioni pubbliche. Proprio nel 2003 si è svolta a Parigi una conferenza internazionale sul ruolo delle regioni "Il ruolo chiave delle regioni nello sviluppo territoriale". La Conferenza Internazionale sullo Sviluppo Territoriale 2003 che ha avuto quale compito quello di esplorare il ruolo che ricoprono le regioni come fattore chiave dello sviluppo del territorio..

Il programma del Conferenza 2003 ha avuto il compito di indagare quali siano i legami profondi in rapporto al ruolo dell'entità territoriale che li ingloba: la regione (o la provincia, il comune autonomo o lo stato federale). In ogni Paese, questo livello organizzativo sta accrescendo la propria importanza poiché si pone tra lo stato e i comuni, che sono le componenti fondamentali, basilari della struttura economica e sociale. In particolare le regioni stanno assumendo una importanza cruciale nella promozione della cooperazione e innovazione su vari livelli di governance, da quelli locali a quelli internazionali.

Grazie alla propria posizione intermedia, le regioni svolgono un ruolo importante nell'assegnare responsabilità ai diversi livelli di governance e ai vari operatori del mondo imprenditoriale. La somma delle esperienze dei territori potrà contribuire ad illuminare sia sui metodi che sugli strumenti pratici che sorreggono il disegno delle corresponsabilità. Nelle tre giornate la Conferenza, che è interamente dedicata alle regioni e allo sviluppo territoriale, si propone di offrire agli stakeholders dei settori pubblico e privato una piattaforma per confrontare le idee attraverso sessioni plenarie, forum, workshop tecnici.

Quanto dista il Museo dell'Emigrazione di Asuni dal MoMa di New York? Reti sociali, culture locali ed emigrazione

Piero Ausonio Bianco
Centro di documentazione delle culture migranti - Asuni

Il distretto culturale di Asuni nasce in modo particolare: più che attorno alla *presenza* di bellezze naturali o tratti delle culture umane, il distretto nasce attorno all'*assenza* delle persone, emigrate in altre territori più o meno distanti.

L'idea di Asuni nasce infatti attorno al "Centro di documentazione delle culture migranti" e al costituendo Museo dell'Emigrazione, ideato da un gruppo di *disterraios*, cioè persone che vivono lontane dal luogo d'origine.

L'emigrazione però è uno stato esistenziale che non necessariamente lascia emergenze materiali "museificabili", a meno che non si considerino degni di interesse tutti materiali che si sono trovati ad essere legati a questa esperienza.

Ma non esistono oggetti che di per sé siano denotati dall'esperienza dell'emigrazione: l'oggetto che meglio indica l'emigrazione, la classica "valigia", è un oggetto che assume valore solo quando viene inserita in un racconto, altrimenti potrebbe benissimo essere la valigia utilizzata nel viaggio di nozze dei nonni e quindi essere ricordo di una esperienza positiva, e non negativa come generalmente viene considerata quella dell'emigrazione.

Ma poiché un Museo / Centro di documentazione dell'emigrazione vorrebbe essere un po' più di un *bric-a-brac* di oggetti disparati che ricordano l'emigrazione, è opportuno riflettere sui "resti materiali" che possano testimoniare questa fondamentale esperienza umana.

Magari in questo modo si potrebbero scoprire nuovi aspetti del fenomeno dell'emigrazione, e quindi fondare le attività del Distretto culturale di Asuni su prospettive metodologiche più feconde.

1 I Beni Culturali demoetnoantropologici

La definizione tecnica di Bene Culturale DemoEtnoAntropologico (DEA) generalmente accettata fa riferimento ad una definizione di cultura che ben si adatta anche al caso dell'esperienza dell'emigrazione.

La Partendo dalla classica e ampia definizione di E.B.Tylor: *Culture [...] taken in its wide ethnographic sense is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of a society*¹, possono essere considerate "cultura" tutte le conoscenze, credenze, modelli di comportamento adottati da ciascun membro di un gruppo umano, proprio in quanto semplicemente appartenente a quel gruppo umano.

In questa accezione, fanno quindi parte integrante della "cultura" i manufatti, gli oggetti nella loro ampia variabilità, i prodotti materiali dell'attività degli uomini del gruppo umano, svolta seguendo i saperi, le tecniche e le credenze che caratterizzano quella società.

Pur con qualche variazione terminologica, il termine di bene DEA universalmente accettato indica per l'appunto il complesso di beni elaborati collettivamente e che sono ormai considerati parte dei beni culturali *tout-court*. Si veda, ad esempio, la definizione che nel recente Codice dei Beni Culturali e del paesaggio (D.Lgs. 42/2004) viene data:

Sono beni culturali le cose immobili e mobili che [...] presentano interesse artistico, storico archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico [...] quali testimonianze aventi valore di civiltà (art.2).

La definizione italiana trascura gli aspetti immateriali dei beni DEA, tenuti invece presenti nella definizione di "patrimonio immateriale" che ne diede l'UNESCO:

*The "intangible cultural heritage" means the practices, representations, expressions, knowledge, skills – as well as the instruments, objects, artefacts and cultural spaces associated therewith – that communities, groups and, in some cases, individuals recognize as part of their cultural heritage. This intangible cultural heritage, transmitted from generation to generation, is constantly recreated by communities and groups in response to their environment, their interaction with nature and their history, and provides them with a sense of identity and continuity, thus promoting respect for cultural diversity and human creativity.*² (Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage art. 2).

¹ "Cultura [...], presa nel suo senso etnografico più ampio, è quell'insieme complesso che include conoscenze, credenze, arte, morale, leggi, consuetudini, e tutte le altre capacità e costumi acquisiti dall'uomo in quanto membro della società", in *Primitive Culture*, London, J.Murray, 1871, p.1.

² In modo molto "political correct" il testo continua *For the purposes of this Convention, consideration will be given solely to such intangible cultural heritage as is compatible with existing international human rights instruments, as well as with the requirements of mutual respect among communities, groups and individuals, and of sustainable development.*

L'associazione tra comunità locali e beni culturali, nel senso ampio qui precisato, viene marcata nelle raccomandazioni che il Consiglio d'Europa dà alle pubbliche autorità per adottare misure che *enable local communities to discover their identity and sense of belonging, through improved understanding of the material, linguistic and spiritual values of cultural heritage*.³

Quindi, riassumendo, i beni DEA così definiti:

- riguardano beni materiali ed immateriali che attestano un qualche tratto culturale specifico;
- sono stati sviluppati da comunità e gruppi umani che ne curano la salvaguardia e la trasmissione da una generazione all'altra;
- costituiscono l'elemento fondante del senso di appartenenza ad una comunità.

Queste definizioni si adattano al caso dell'emigrazione?

2 La rete sociale

Le definizioni di beni DEA sopra citate, ed in generale le definizioni di società studiate dagli etnologi, rimandano tutte ad un modello di società chiusa, rappresentabile, in termini di teoria delle reti sociali (SNA social network theory⁴), come in Figura 1⁵:

I nodi rappresentano le unità fondamentali dell'organizzazione sociale (famiglie, individui, ma anche classi di concetti / manufatti omogenei). Ogni elemento è connesso ad altri, alcuni elementi hanno una sola connessione, altri ne hanno di più, ma in generale gli elementi sono connessi in un gruppo identificato e delimitato dai suoi confini (come il gruppo in figura, isolato dall'esterno, anche se in realtà questo non avviene in nessun gruppo umano, dove i confini tra un gruppo e l'altro sono più o meno porosi).

All'interno del gruppo, non necessariamente tutti gli individui si conoscono tra di loro, ma, attraverso le conoscenze comuni, si può raggiungere qualsiasi elemento del gruppo (vedi Figura 2).

All'interno di un gruppo, possiamo avere quindi dei sottogruppi ("Cluster") maggiormente interconnessi tra di loro (ad esempio famiglie con legami di sangue, ma anche gruppi di amici, gruppi professionali, insieme di concetti ecc.), ma c'è sempre qualche membro del sottogruppo che unisce questo sottogruppo ad un altro.

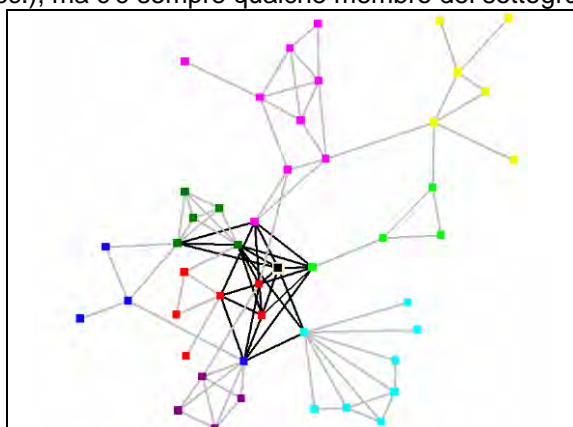


Figura 1 – Rete sociale

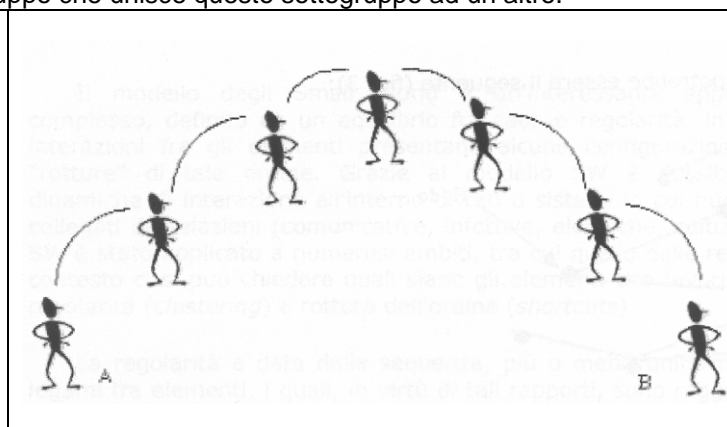


Figura 2 – Connessioni tra individui.
Ogni individuo dispone al massimo di due conoscenze, e quindi A raggiunge B attraverso 5 persone.

Nelle situazioni reali, non esistono comunità totalmente isolate, né totalmente aperte; è infatti sempre possibile individuare dei confini che definiscono i cluster, in quanto le relazioni dei membri del gruppo sono soprattutto con altri membri dello stesso gruppo (se non altro su base geografica: è più facile avere contatti con il mio vicino di casa, ancorché antipatico, che con un altro essere umano distante 10 minuti di strada da casa mia), mentre le

La decapitazione pubblica con scimitarra, il combattimento dei galli, l'infibulazione femminile sembrano quindi non far parte, per fortuna, del patrimonio intangibile dell'umanità.

³ Risoluzione n.1 "on the role of cultural heritage and the challenge of globalisation", art. 2, adottata nella 5 sessione della Conferenza del Consiglio d'Europa dei Ministri responsabili del patrimonio culturale (Portoroz, Slovenia, 6-7 April 2001). [https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM\(2001\)74&Sector=secCM&Language=lanEnglish](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM(2001)74&Sector=secCM&Language=lanEnglish).

⁴ La rappresentazione delle reti sociali tramite i concetti dei grafi ("sociogrammi") si deve a J.L. Moreno, il fondatore della "sociometria", da lui definita per l'appunto come lo studio delle reti sociali (J.L. Moreno, *Who shall survive, Foundations of Sociometry, Group Psychotherapy and Sociodrama*, 1934). Dal lavoro seminale di Moreno si è sviluppata l'Analisi delle reti sociali (SNA), che si è recentemente arricchita del contributo portato da matematici e fisici. Un'ottima presentazione introduttiva dei legami tra teoria matematica dei grafi e teoria delle reti è: Albert L. Barabasi *Linked: The New Science of Networks*, 2002, trad. it. Einaudi 2004. Per lo stato dell'arte dell'analisi delle reti sociali dal punto di vista sociologico, si veda A. Salvini *L'analisi delle reti sociali – Risorse e meccanismi*, PLUS Pisa University Press, 2005.

⁵ Steven H. Strogatz *Exploring complex networks* - Nature, vol. 410, 8 march 2001.

relazioni tra individui di gruppi diversi sono in numero molto inferiore. Gli individui che hanno collegamenti con individui appartenenti ad un altro gruppo sono quindi in numero limitato e comunque vengono stabiliti collegamenti con gruppi che possono essere materialmente raggiunti con i mezzi di trasmissione delle informazioni di una comunità tradizionale. Visivamente, si formano gruppi contigui gli uni agli altri.

Adottando termini della teoria dei grafi, si possono definire due parametri:

- “coefficiente di aggregazione”⁶ (*clustering coefficient*); indica quanti legami sono presenti all'interno del gruppo;
- “cammino caratteristico” (*path length*), distanza tra paia di nodi - attraverso quanti nodi intermedi possono essere collegati tra di loro due nodi (cioè, quanto persone permettono di unire due persone a caso del mondo costituito dall'insieme dei gruppi). Il Cammino caratteristico medio è la media di queste distanze tra tutte le coppie di nodi esistenti nella rete.

Si osservino ora due “mondi” apparentemente simili (stesso numero di elementi, stesso numero di legami per ogni elemento). Nel primo (Figura 3), i gruppi sono isolati tra di loro; le connessioni tra elementi sono solo all'interno di ciascun gruppo:

- “coefficiente di aggregazione”: assume un valore definito;
- “cammino caratteristico medio”: ha un valore infinito, in quanto i gruppi non sono interconnessi.

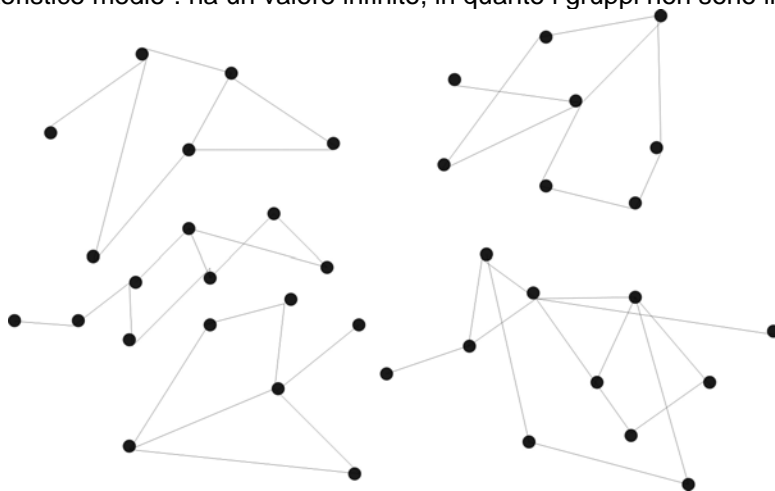


Figura 3 – Mondo con gruppi chiusi

Nella Figura 4 invece, è rappresentata la situazione in cui si formano alcuni nuovi legami che uniscono tra di loro i gruppi prima isolati;

- “coefficiente di aggregazione”: il valore non cambia significativamente, in quanto i nuovi legami sono in numero limitato rispetto a quelli già presenti;
- “cammino caratteristico medio”: questo parametro assume invece un valore totalmente nuovo; i gruppi sono interconnessi tra di loro, e quindi è possibile passare da un gruppo all'altro in un numero di passi limitato (salvo errori, ogni nodo può essere raggiunto in un massimo di 7 passaggi da qualsiasi altro nodo⁷).

⁶ Il coefficiente fu introdotto da D.J. Watts e S.H. Strogatz per caratterizzare le reti “piccolo-mondo”, si veda oltre (D.J. Watts e S.H. Strogatz “*Collective dynamics of 'small-world' networks*”, Nature, vol. 393, 4 giugno 1998.

⁷ 7 gradi di separazione è in effetti un numero sproporzionatamente alto nelle reti reali. Milgram, negli anni '60 effettuò il famoso esperimento dei “sei-gradi-di-separazione”. Milgran ipotizzò che tutti gli abitanti degli Stati Uniti potessero essere connesse tra di loro da non più di 6 legami. L'esperimento ha dato poi origine ad una ricca pubblicistica, tra cui una famosa commedia, portata sullo schermo nel 1993 da Fred Schepisi, con Stockard Channing, Donald Sutherland e Will Smith. Una descrizione dei risultati dell'esperimento di Milgran dal punto di vista della “teoria delle reti” è fornita da Salvini (cit., pag. 96), che, in quanto sociologo, riesce a tradurre in linguaggio sociologico la complessa visione dei fisici e matematici che hanno analizzato le reti reali con una strumentazione matematica di non facile accessibilità.

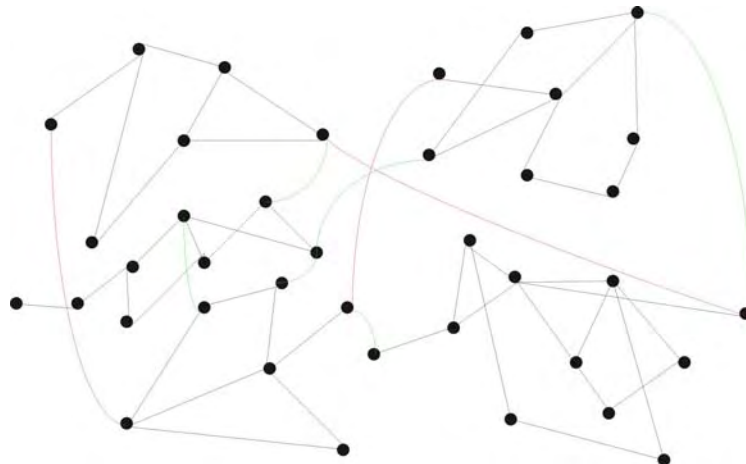


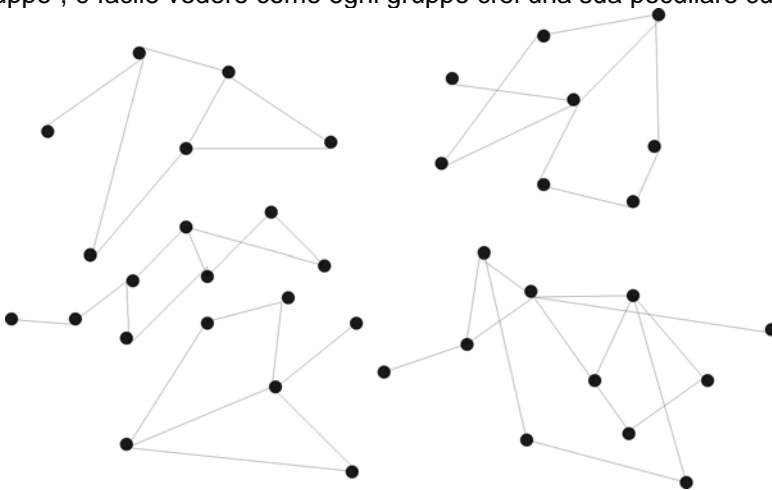
Figura 4 – “Mondo” aperto: i gruppi sono collegati tra di loro

In altre parole, in questo mondo la rete sociale all'interno del gruppo non è cambiata più di tanto (nessun legame è stato rotto), ma tutti i gruppi sono ora interconnessi.

3 Reti sociali e creazione della cultura del gruppo

L'utilizzo dei concetti della teoria dei grafi permette di analizzare sotto una diversa visuale la creazione e la diffusione dei tratti culturali che caratterizzano ogni singolo gruppo.

Se uno sente la stessa cosa da più sorgenti, o se lo stesso strumento viene visto utilizzare da diverse persone, alla fine questa “cosa” (norme, attitudini, valori) prende radici e diventa “sentire comune”. Il solo fatto di avere relazioni tra gli individui permette di quindi di creare tratti comuni, e se questi tratti comuni definiscono la “cultura del gruppo”, è facile vedere come ogni gruppo crei una sua peculiare cultura, che la differenzia da quelle vicine.



La Figura 3 rappresenta la situazione in cui ogni gruppo elabora una sua peculiare cultura, senza apporti dall'esterno. Il continuo interscambio di elementi materiali (manufatti) ed immateriali (informazioni) svilupperà una “cultura” del gruppo, posseduta in comune tra tutti i sottogruppi e gli individui stessi. Gli scienziati sociali cercano di enucleare questi tratti più o meno caratteristici, per metterli poi a confronto con quelli di altri gruppi, alla ricerca di elementi comuni che possano far pensare a derivazioni, ascendenze comuni, elementi archetipali e così via.

Questo modello di società più o meno chiusa al suo interno certamente giustifica quindi l'esistenza di tratti caratterizzanti un determinato gruppo, che quindi, nell'opinione comune degli antropologici e dei decisori politici, meritano di essere conservati come testimonianza della storia umana.

Quando un gruppo inizia ad avere collegamenti con un altro gruppo, l'elaborazione culturale non avviene solo all'interno del gruppo, ma trova ad avere apporti dall'esterno. Il risultato è la creazione di un nuovo assetto culturale, dove gli elementi della vecchia cultura “chiusa” non sono persi (il coefficiente di aggregazione non varia significativamente), ma c'è l'inserimento dall'esterno di nuovi elementi (si riduce il cammino caratteristico medio tra i membri dei vari gruppi), portati dai membri che hanno legami con i gruppi distanti e quindi possessori di contenuti materiali e immateriali differenti da quelli del gruppo di partenza.

3.1 Il modello dell'emigrazione

Il fenomeno dell'emigrazione può essere modellizzato proprio come il passaggio da un mondo chiuso ad un mondo interconnesso: alcuni membri del gruppo si trovano ad essere inseriti di colpo in nuovi contesti esterni molto

distanti da quello di partenza; l'individuo emigrato può inserirsi in un nuovo gruppo, o può unirsi ad altri individui che, come lui vivono la stessa esperienza e non riescono ad integrarsi in gruppi preesistenti; si formano le comunità degli emigrati che costituiscono gruppi inseriti in prossimità ad altri gruppi, con confini più o meno permeabili.

Gli individui emigrati trattengono a loro volta una qualche forma di rapporto con il gruppo d'origine, sono individui che permettono quindi di legare gruppi assolutamente distanti tra di loro.

Si noti che si è evitato accuratamente di utilizzare termini e concetti come status, stratificazione degli individui in classi e tutti quei concetti che l'antropologia ha via via sviluppato per interpretare il formare ed il permanere dei tratti delle culture umane. La modellizzazione della rete sociale ha però permesso di ricavare, per via quasi matematica, alcune interessanti relazioni sul fenomeno dell'emigrazione e sulle modifiche che vengono introdotte all'interno del gruppo: pur rimanendo sostanzialmente stabile l'interconnessione dei membri del gruppo (il numero medio di connessioni tra gli elementi del gruppo), anche pochi elementi a lunga connessione (gli emigrati) riducono i gradi di separazione con i membri dei gruppi distanti.

In parole pseudo-matematiche, la struttura topologica dei gruppi rimane inalterata, ma si riducono i gradi di separazione.

Detto in parole più comprensibili: anche pochi elementi a lunga distanza, gli emigranti, permettono di interconnettere gruppi molto distanti, e l'effetto di riduzione dei gradi di separazione avviene molto prima che la struttura originaria dei gruppi sia significativamente modificata.

Senza entrare in complesse questioni metodologiche (quanto sono rappresentative della realtà le deduzioni che si ricavano matematicamente dal modello a rete?), è perlomeno plausibile ipotizzare che prima che si modifichi la struttura iniziale del gruppo, si potrebbero già osservare gli effetti della riduzione dei gradi di separazione. Che cosa significa questo dal punto di vista dei "sistemi culturali"?

3.2 La comunità che apprende

I legami con mondi distanti creati dal fenomeno dell'emigrazione influenzano quindi la cultura del gruppo di partenza e di arrivo.

Ma non nel senso, usuale, che si avrà una cultura impoverita dall'allontanamento di suoi membri attivi, o imbastardita da elementi di provenienza esterna, come vengono sovente giudicati i fenomeni di incontro di culture, ma nel senso che si forma invece una nuova cultura che integra creativamente elementi di provenienza esterna.

Per approfondire le modalità di influenza occorre approfondire in che modo vengono generati e soprattutto trasmessi i contenuti "culturali" all'interno di una comunità⁸ (che nel seguito sarà utilizzato al posto di gruppo, per coerenza con il lessico del paradigma metodologico che sarà utilizzato).

Per questo, l'attenzione verrà portata sulla "comunità che apprende"⁹.

3.2.1 La trasmissione dei contenuti culturali

Quando si pensa alla trasmissione dei contenuti culturali, si ha in mente la prospettiva pedagogica, che considera un dislivello di conoscenza tra docente e discente, dislivello che deve essere riempito con tecniche di trasmissione

⁸ A differenza delle definizioni precedenti, dove ogni elemento del gruppo non era caratterizzato ulteriormente, i gruppi umani reali sono costituiti da individui che hanno le caratteristiche di autonomia, reattività (modifica dei comportamenti in base al contesto esterno), proattività (capacità di modificare il contesto esterno per conseguire obiettivi individuali), ed abilità sociale (capacità di interpretare i comportamenti degli altri agenti e di influenzarne il comportamento). L'insieme di agenti con caratteristiche comuni crea *Comunità* che, a sua volta, possono essere viste come agenti collettivi che definiscono obiettivi e che hanno gli strumenti per conseguirli (quindi un'intenzionalità d'azione non condivisa con il resto della società). Nel seguito talvolta il termine sarà sostituito con *organizzazione*, quando si vorrà mettere l'accento sulle istanze che regolano il buon funzionamento della comunità. I concetti utilizzati nel seguito sono stati messi a punto negli studi di management, in particolare nel campo della "Knowledge Management". Per una presentazione generale: S. Ghepari – D. Nicolini *Apprendimento e conoscenza nelle organizzazioni* Carocci, Milano, 2004, per una visione più approfondita: Clyde W. Holsapple (ed.), *Handbook on Knowledge management*, Springer, 2003.

⁹ La SNA si è intrecciata strettamente con il concetto di "Capitale sociale", declinato in differenti modi, non sempre chiaramente distinti. I concetti qui espressi possono essere ricondotti alla definizione di capitale sociale come "investimento in risorse inserite all'interno di reti sociali con l'aspettativa di trarne un'utile" (Nan Lin, *Capitale sociale: paradigmi concorrenti e loro validazione concettuale ed empirica*, in *Inchiesta* a. XXXIII, n. 139, gennaio-marzo 2003 pag. 5; l'intero numero della rivista è dedicata a "Reti e Capitale sociale").

Un'altra prospettiva riconduce il capitale sociale all' "impegno civico ed alla fiducia generalizzata". Questa prospettiva, che vede in Putnam un rappresentante a noi vicino per i suoi studi sull'Italia (*La tradizione civica nelle regioni italiane*, Mondadori, Milano, 1993), è peraltro feconda di prospettive di ricerca per quanto riguarda la Sardegna e gli studi dell'emigrazione. Ad esempio, sarebbe interessante indagare se la (relativa) facilità di integrazione dei sardi nel nord Italia sia stata agevolata dalla dotazione di capitale sociale della Sardegna, superiore a quella di tutte le regioni del sud italiano (come viene confermato da Roberto Cartocci in *Mappe del tesoro*, Il Mulino – 2007: "Sassari supera Belluno, Verona, Padova e Brescia; Oristano fa meglio di Asti, Torino e Novara; Cagliari precede Sondrio, Como, Vicenza, Treviso e Milano; Nuoro e Ragusa "staccano" Roma" – nota di copertina).

culturale che dipendono dal livello di conoscenza dei παιδός, persone “giovani” per l’età o per inesperienza, per mancanza di conoscenze e così via (in modo che si possa anche parlare di educazione degli adulti).

Questa assunzione non è però capace di tenere in conto della complessità del “trasferimento di conoscenza” che avviene all’interno di una “comunità” che raccoglie persone di differenti classi d’età, di status sociale, di professione ecc. ecc.

Per approfondire l’argomento, è opportuno partire da una definizione “operativa” della “Conoscenza”, intesa come la *capacità di intraprendere azioni efficaci*.

In questo senso, “conoscere un argomento” è la capacità di indirizzare il proprio comportamento in definite e concrete situazioni, e non solo la capacità potenziale di saperlo fare, in quanto si conoscono i fondamenti teorici.

3.2.1.1 Approccio cognitivista

Il trasferimento di conoscenza nella prospettiva pedagogica parte dall’approccio “cognitivista”, che può essere riassunto nella domanda:

*Quali processi cognitivi e quali schemi concettuali
debbono essere adottati nell’insegnamento?*

Sottostante alla domanda c’è l’assunzione dell’esistenza di un “mondo di concetti” che debbono essere conosciuti attraverso appropriate tecniche. Quindi

imparare è un modo per conoscere il mondo.

Ma che cosa è il “mondo da conoscere”?

In questo approccio, il “mondo da conoscere” può essere tradotto con il termine sardo “su connottu”, (o, più tecnicamente, con “canone culturale”), cioè la conoscenza che caratterizza l’identità di un popolo ed identifica le “cose da conoscere” per poter essere accettato come membro di quella comunità.

Il canone culturale è quindi un insieme di elementi che vivono indipendentemente dagli individui che compongono la comunità. Questo approccio implica che gli individui siano essenzialmente dei ricettori e che esistano delle figure riconosciute di trasmissori autorizzati del canone. Naturalmente il canone può essere accresciuto e modificato, ma sempre seguendo un complesso di “meta-regole” interne al canone stesso.

Ma la realtà è molto più mutevole e ricca di elementi di quanti ne possa prevedere il canone. Le continue (e peraltro sacrosante...) lamentele degli insegnanti di oggi sullo scarso interesse mostrato dagli allievi mostra che sta crescendo la discrasia tra quello che interessa e quello che viene offerto; i comportamenti reali non sono previsti dal canone, eppure, in quanto esistenti nella realtà ed in quanto riconosciuti da una fetta di popolazione, avranno pure qualche diritto ad essere “presi in carico”.

Chi definisce però quali sono i nuovi comportamenti e le nuove conoscenze accettabili? Se non esiste più un canone riconosciuto, se è la comunità stessa che crea nuovi contenuti e nuove regole, occorre portare l’attenzione non sul trasferimento di conoscenza sul “discente”, ma sulla comunità stessa che crea le nuove conoscenze.

Non esiste un mondo immutabile da conoscere!
Al contrario, c’è un mondo di conoscenze da creare!

3.2.1.2 Approccio sociale all’apprendimento

La creazione di conoscenza sotto un approccio sociale significa spostare la visuale dal singolo alla comunità, dalla relazione docente – discente, alla comunità che crea la conoscenza e la trasmette ai suoi membri. La differenza rispetto all’approccio cognitivista può essere esemplificata attraverso la seguente tabella:

DOMANDA	APPROCCIO COGNITIVISTA	APPROCCIO SOCIALE
Dove avviene l'apprendimento?	Nella testa delle persone	In un contesto partecipativo
Chi apprende?	Un INDIVIDUO	La COMUNITÀ, in quanto l'apprendimento avviene quando ci sono punti di vista differenti tra i partecipanti alla comunità
Come avviene la riproduzione e la diffusione della conoscenza?	Attraverso la sua formalizzazione come disciplina e la definizione di predefiniti regole di uso	Attraverso il mantenimento delle modalità di partecipazione e di relazione connaturate alla conoscenza.
Quale è il ruolo del linguaggio nella trasmissione della conoscenza?	Il linguaggio è uno strumento della trasmissione della conoscenza	Il linguaggio è un modo di agire nel mondo sociale
	L'Apprendimento è un modo per conoscere il mondo	L'Apprendimento è un modo per abitare il mondo sociale

(adattato da Gheparidi – Nicolini 2004, p. 32):

Con questo approccio sociale alla creazione di conoscenza, la visuale si amplia enormemente. Non sono solo pochi eletti che creano un canone, ma è l'intera comunità che genera nuove conoscenze; non è solo una persona, ma è l'intera comunità che impara!

In questo nuovo approccio, il ruolo degli emigrati in quanto ponti tra modi lontani, assume un'importanza molto superiore a quella che potrebbe indicare una sola valutazione di consistenza numerica.

3.3 *I tanti Marco Polo delle nostri paesi*

Deo no vi credo che in custu paese vi siasi istaddu un'atteru chi abia visto cose imaravigliose, e anche fee, come custe chi deo, Antoni Manca¹⁰, abia visto.

Questo parole sono poi così tanto diverse da questo incipit di uno dei capolavori assoluti della letteratura:

voglio che 'vvoi sappiate che 'ppoi che Iddio fece Adam nostro primo padre insino al dì d'oggi, né cristiano né pagano, saracino o tartero, né niuno homo di nessuna generazione non vide tante meravigliose cose del mondo come fece messer Marco Polo.

Come Marco Polo, la generazione che emigrò fino alla metà del secolo scorso (la generazione illetterata, senza possibilità di avere informazioni dai giornali e dalla televisione), si trovò a dover vivere in popoli che avevano tradizioni differenti da quelle di partenza, sperimentando così un'esperienza difficilmente comprensibile oggi, quando chi si avvicina ad una nuova terra è preparato a quello che lo aspetta attraverso le notizie e le immagini della televisione e dei mezzi di comunicazione di massa.

Emigrare allora significava veramente approdare ad un altro mondo che occorreva scoprire senza avere "mappe" culturali che permettessero una più facile integrazione. Nei contatti poi con l'ambiente d'origine, l'emigrante poteva raccontare le *tante meravigliose cose del mondo* che aveva incontrato, e poteva renderle credibili perché era lui, Antonio Manca, figlio di Bachisio e di Bonaria, ad avere visto quello. E non solo: se lui riteneva che qualche nuova usanza potesse essere utile per il paese, era lui stesso a rendere, non solo possibile, ma anche fattibile l'importazione, perché conosceva la situazione del paese, ed aveva riflettuto sulla sua accettabilità. Non era un Marco Polo qualsiasi, che importava merci preziose per farne un guadagno, no, era un figlio, fratello, vicino di casa, marito, che pensava al bene della sua cerchia familiare ed amicale e che quindi dava consigli dettati da una classe di sentimenti, "altruismo", di non facile inquadramento nei termini della teoria economica standard.

Allo stesso tempo, chi rimane nella terra d'origine si trova a dover portare avanti l'innovazione proposta da chi vive fuori e a doverne gestire le ricadute inaspettate dell'innovazione stessa¹¹.

¹⁰ "Non credo che in questo paese ci sia stato stato un altro che abbia visto cose belle e brutto come quelle che ho visto io, Antonio Manca". È evidente che Antonio Manca è solo un nome di fantasia per indicare uno dei milioni di emigranti, potrebbe benissimo chiamarsi Xuan do-Hong, o Mustafà Habbas o Ndèye Boury Ndiaye.

Mentre quindi, se ci limitassimo a vedere sotto l'approccio cognitivista l'innovazione proposta, avremmo una persona che apprende qualcosa di nuovo, con l'approccio sociale, l'obiettivo cambia: occorre assicurare che la "corretta conoscenza" (corretta nel senso di utilizzabilità in contesti reali) sia disponibile ai giusti attori (persone comuni, insegnanti, elite del paese) nella "corretta rappresentazione" ("formattazione" secondo le regole della comunità, in modo da essere trasmesso e comunicato nella comunità) al tempo giusto (quando serve) per eseguire le attività che richiedono conoscenza.

In che modo si può comprendere ed analizzare questo ricco panorama di "lavoro di conoscenza" che avviene all'interno di una società ad opera di "processori di conoscenza", cioè di persone che eseguono attività disparate, non necessariamente consapevoli di svolgere un'attività legata all'accrescimento del corpus di conoscenze della comunità tramite un flusso di conoscenza?

3.4 Anatomia dell'atto di conoscenza

L'assunto fondamentale dell'apprendimento sociale è che la conoscenza viene prodotta dal suo uso in contesti pratici. La conoscenza non viene *posseduta*, ma viene *usata*; conoscere significa quindi saper usare la conoscenza come fosse uno strumento, o, se si preferisce, conoscere significa praticare la conoscenza.

L'apprendimento sociale è costituito da un insieme di atti di conoscenza (KME = Knowledge Management Episode) che avvengono all'interno di una comunità i cui membri condividono determinati interessi comuni.

Gli atti di conoscenza possono essere visti come quegli atti elementari che accadono nella vita quotidiana (e non solo nelle istituzioni votate all'apprendimento, come le scuole e le accademie) e mediante i quali si accresce il patrimonio conoscitivo della comunità.

Un tipico episodio di gestione della conoscenza (KME) viene attivato dalla necessità di eseguire una qualche attività pratica dove gli attori dell'episodio effettuano attività di manipolazione della conoscenza su elementi del portafoglio di risorse di conoscenza. Affermare che, dal punto di vista sociale, la conoscenza è una decisione che richiede di intraprendere specifiche azioni all'interno della comunità, significa che l'atto di conoscenza culmina in un *apprendimento* individuale / collettivo e nella *proiezione* di quella conoscenza sulla comunità stessa.

Anche se fisicamente distante, l'emigrante partecipa al patrimonio di conoscenze della comunità in un ruolo particolarmente significativo. L'emigrante non è, infatti, solo un fruitore passivo del patrimonio conoscitivo, ma ne è un utilizzatore critico, in quanto il continuo contatto con nuovi mondi culturali lo obbliga a rivedere continuamente il portafoglio di conoscenze della comunità di partenza; ed è un creatore attivo, perché grazie a lui nuovi contenuti culturali entrano nel patrimonio della comunità, ed entrano attraverso un canale privilegiato in quanto già analizzato circa la conformità ai canoni culturali della comunità e ritenuto quindi importabile.

Si rifletta su questa poesia¹²:

«Fallo 'struil - m'ha scritto mò Francische
da llà da mare - Oh, come ci patisco
d'esse' 'gnorante com'a li cafoni!...»

Una madre contadina molisana chiede accoratamente al maestro di scuola di insegnare al figlio a leggere ed a scrivere, come ha chiesto espressamente il marito, emigrato "al di là del mare". L'emigrazione è una condizione dolorosa, ma è il tramite di una presa di coscienza della necessità dell'istruzione. Fin dai suoi inizi, l'emigrazione ha prodotto, fra l'altro, una decisa spinta alla scolarizzazione, in ambienti le cui condizioni erano sfavorevoli, se non contrarie, all'istruzione.

3.4.1 Le risorse della conoscenza

Le risorse di conoscenza sono come un serbatoio di dati che possono essere manipolati durante le attività di conoscenza.

¹¹ Si immagini questa situazione: A è emigrato in Svizzera; B è la sorella sposata con figli, che ha saputo (dal proprio medico, dai giornali femminili) che esistono vaccini plurivalenti (Morbilli, Rosolia, Parotite) non disponibili in Italia, ma invece registrati in Svizzera. B chiede ad A il vaccino, stupendo il medico di paese sulla rapidità con cui ha avuto disponibilità di questa nuova tecnologia medica (mentre prima le migliori cure erano disponibili ai maggiorenti del paese, che però, non emigrando, hanno un orizzonte tecnologico limitato a quello locale). C è un'amica di B, che a sua volta vorrebbe avere il vaccino, ma che avvia una riflessione più generale: perché debbo chiedere il piacere ad un estraneo, non sarebbe un mio diritto avere questa medicina? Perché non è disponibile da noi? B si trova quindi in una situazione di privilegio, sia rispetto all'elite del paese, il medico, sia rispetto alla sua cerchia di amiche, alcune delle quali saranno magari gelose del "potere di conoscenza" che B ha attraverso l'emigrante A. In questo esempio di "atto di conoscenza", basata peraltro su dati reali, anche se risalenti agli anni '80, ci sono tutti i temi della "comunità che apprende".

¹² E. Cirese, *Cantici e sonetti in dialetto molisano*, 1910, citato da Patrizia Bertini Malgarini *Scritture di periferia: i testi dell'emigrazione nel Victoria e la ricostruzione della storia linguistico-culturale italiana*, in "L'italiano oltre frontiera" V Convegno internazionale Leuven aprile 1998, vol. II p.113, Leuven University Press, Franco Cesati editore.



Osservando una qualsiasi comunità organizzata reale, è possibile classificare le risorse di conoscenza:

- alcune risorse hanno una dimensione individuale e quindi esistono indipendentemente dalla comunità e precedentemente ad essa; apportano alla comunità gli elementi che, opportunamente elaborati, ne definiranno specifica identità:
 - conoscenza posseduta dai membri della comunità; sono indipendenti dalla comunità nel senso che una persona può appartenere a molte e differenti “comunità”, quale famiglia, cerchia di amici, luogo di lavoro, club culturali; ciascun membro apporta alla comunità un patrimonio conoscitivo individuale che potrà essere manipolata da ciascun membro ed essere poi organizzato dalla comunità stessa. Gli emigranti sono evidentemente coloro che hanno un patrimonio di conoscenze nuove per la comunità, anche se non necessariamente rese esplicite agli altri;
 - conoscenza incapsulata in artefatti materiali (giornali, libri, istruzioni per l’uso, medicinali ecc. ecc.); anche in questo caso gli artefatti materiali apportano alla comunità un patrimonio conoscitivo “grezzo” che potrà poi essere organizzato dalla comunità stessa; gli artefatti si differenziano dalla conoscenza individuale sopra definita in quanto non possiedono di per sé l’abilità di saper processare la conoscenza che portano (sono inerti, mentre la conoscenza portata dai singoli membri è attiva nel senso che i membri della comunità sono essi stessi attori capaci di manipolare conoscenza, e quindi di selezionare gli elementi del proprio patrimonio conoscitivo da presentare alla comunità). Anche in questo caso l’emigrazione immette nella comunità nuovi artefatti, di valore e significato assolutamente disparato, dai souvenir (quante “Mole di Torino” ci sono nelle case dei familiari degli emigrati!) agli oggetti utili acquistati all’esterno e portati nel paese proprio in quanto utili (ad esempio nuovi tipi di forbici da potare, nuovi congegni di cucina).
- altre risorse esistono solo in una dimensione relazionale tra i membri della comunità; rappresentano quindi la specifica identità che la comunità si è data; queste risorse di conoscenza costituiscono lo schema di riferimento per attrarre, organizzare e permettere la condivisione delle risorse di conoscenza “individuali”¹.

Questi ultimi tipi di “risorse di conoscenza” sono quindi gli elementi del patrimonio culturale della comunità, e hanno dinamiche di evoluzione molto differenti e con costanti di tempo molto maggiori, in quanto sono elementi che debbono essere negoziati tra più attori, mentre i precedenti elementi sono posseduti o modificati dai singoli².

¹ Sono suddivisibili in:

- Cultura: valori, principi, norme e regole non scritte, procedure ecc, condivisi dai membri dell’organizzazione;
- Influenze di ruolo, che orientano le conoscenze individuali in funzione del ruolo sociale coperto dalla persona nell’organizzazione;
- Scopo: risorse di conoscenza che definiscono la ragion d’essere della comunità; nel gergo manageriale queste risorse prendono nomi evocativi, quali “mission” (= la ragion d’essere della comunità) la “vision” (= il futuro che viene immaginato per l’organizzazione), gli obiettivi. Queste risorse influenzano le altre risorse di conoscenza che la comunità possiede o ha necessità di avere. Le risorse di scopo guidano la “pianificazione” di lungo periodo che guiderà ed indirizzerà la manipolazione delle attività di conoscenza. Come esempio relativo ad un KME linguistico, una comunità potrebbe formarsi attorno allo scopo di passare il tempo, oppure di concludere un contratto commerciale, tutte le altre risorse di conoscenza, inclusa la lingua da usare, si coagulano attorno a questo scopo;
- Strategia: risorse di conoscenza che descrivono cosa debba essere fatto per conseguire in pratica gli scopi della comunità. La strategia comprende i piani per l’utilizzo dei ruoli delle persone, le infrastrutture, la cultura condivisa, gli artefatti di conoscenza, le conoscenze dei membri (così come tutte le altre risorse organizzative che regolano il comportamento della comunità). La Strategia si differenzia dallo Scopo in quanto scopi analoghi possono essere conseguiti attraverso strategie differenti. Lo Scopo di passare il tempo può essere conseguito sia passando il tempo in un bar, chiacchierando con amici, ascoltando musica (e la stessa persona può appartenere a tre distinte comunità, ognuna con sue risorse di conoscenza ben differenti).

In definitiva, l'influsso culturale dell'emigrazione può essere visto come la complessa interazione di queste risorse di conoscenza possedute dai singoli individui della comunità e dai suoi elementi emigrati, e continuamente negoziate nelle transazioni tra persone. Ogni persona ha infatti un insieme di regole, interne ed esterne, da rispettare per utilizzare le conoscenze che possiede. I conflitti tra le regole debbono essere affrontati, se si vuole interagire efficacemente con gli altri in una situazione reale.

4 Ritornando ad Asuni

Nel contesto teorico e quindi metodologico sopra delineato, è ora quindi possibile definire criteri non occasionali che testimonino il fenomeno dell'emigrazione e permettano di approfondirne le straordinarie implicazioni nello sviluppo delle civiltà umane. Solo così un Museo non sarebbe un accrocchio di oggetti disparati, ma un museo che attraverso oggetti e testimonianze, facciano riflettere sui legami che rendono piccolo il mondo, che ci legano con fili invisibili ai 5 miliardi di persone del mondo, e che hanno nel "viaggio" il termine rappresentativo.

Quindi non testimonianze di una particolare civiltà umana o di oggetti che, attraverso la loro valenza artistica, facciano riflettere sulla condizione umana e procurino godimento artistico, ma un museo "emozionale" che faccia evocare l'esperienza del "viaggio".

E ritornando ad Asuni, "Parole e Visioni attorno al viaggio" è stata proprio battezzata quell'insieme di iniziative che ormai da 4 anni richiamano ad Asuni artisti e studiosi che hanno realizzato una serie di eventi musicali, teatrali poetici, di ricerca sul paesaggio e di valorizzazione della cultura materiale della Marmilla.

Il Distretto culturale che sta sorgendo in Marmilla, e che prende l'avvio dal Progetto Asuni, nasce quindi proprio da un'idea di *disterraios*, cioè di sardi di fuori che considerano l'emigrazione non come esperienza di sradicamento dal protettivo luogo nativo, ma come motore e carburante per l'evoluzione delle culture umane.

accettato e si diffonderà se il suo uso cozza contro la cultura della comunità di partenza. Di converso, una terapia medica portata dall'esterno potrebbe entrare a far parte del patrimonio conoscitivo della comunità ed essere utilizzato nelle strategie di cura, qualora l'utilità fosse stata accettata anche da parte del medico di paese.

Distretti Culturali come Strutture di Relazione

Giorgio Pizziolo

Università di Firenze

Rita Micarelli

Atelier dei Paesaggi Mediterranei- Toscana

INTRODUZIONE

Una delle maniere più interessanti per riferirsi all'idea di Distretto Culturale è quella di pensare il Distretto Culturale come *Relazione*, come *struttura di relazioni* che si stabiliscono tra l'Uomo, la Società e l'Ambiente.

Un distretto, in quanto tale, è dunque un'entità che nasce per volontà e per immaginazione umana, *prima* che per mera necessità, come invece accade per la nascita di stati, regioni, territori di pertinenza di una popolazione che ogni volta che si insedia, **VUOLE** e **DEVE** trovare prima di tutto le risorse per la sua sopravvivenza.

Ma se è vero, come recita un poeta indiano contemporaneo, che "*L'uomo ha due fame, ... una fame di pane e una fame di bellezza*" possiamo pensare che un Distretto Culturale si forma sulla seconda fame, la fame di bellezza, e che in esso si stabiliscono relazioni aperte alla bellezza.

Ma con *chi*?

E con *quali risorse*?

Il "*Chi*", nel nostro caso, è la partecipazione e la volontà sociale, il "*chi*" è dunque un soggetto speciale, non strutturabile per differenze gerarchiche ma per differenze qualitative, è un soggetto complesso, in continuo divenire.

E le *risorse* sono tali perché esprimono bellezza, sia manifesta, che latente o nascosta e, in tal caso, sacralità (in senso naturale).

E *quando*?

E *dove*?

I Riferimenti sono:

-Il *Tempo* nel suo ciclico e sempre nuovo fluire, fatto di memorie, di divenire, di futuro;

- lo *Spazio* nel suo essere espressione di stati stazionari, stratificati ma sempre attivi (non palinsesti)

- e il *Paesaggio*, come sintesi relazionale di esperienze di vita, di tempo e di spazio, come percezione e consapevolezza delle popolazioni del loro rapporto con i luoghi

Tempo, Spazio, Paesaggio sono il *quando* e il *dove* di una struttura relazionale che nasce per la fame di bellezza, e dunque di ciò che potremmo chiamare un *Distretto Culturale*.

Ma come e con che strumenti può determinarsi un Distretto Culturale?

Scintille di relazione, piccole realtà immerse in un universo non sempre pienamente partecipe e talvolta inerte, possono accendersi e vivificarsi reciprocamente seguendo dinamiche evolutive e spesso imprevedibili. Per attivare tali dinamiche non servono conquiste, né occupazioni 'a tappeto', ma serve un *CHI* che ritrovi una *coscienza di relazioni* tra se stesso, la società e il proprio luogo, che riscopra la bellezza dell'abitare, che riconosca il *quando*, il *dove* e il *come*, in quanto *parti della struttura di relazioni, entro un'idea di Relazione, vista come rapporto interattivo, reciprocamente evolutivo, tra le parti che si incontrano.*

Entro questo contesto di incontri relazionali – un Campo Relazionale - la bellezza può appagare la seconda fame dell'uomo e può ricongiungerla armoniosamente con la prima (la fame di Pane), ritrovando il Pane come valore primario di vita e quindi come valore sacrale – concreto e simbolico al tempo stesso - dell'ambiente, e cioè del luogo della vita.

Tutto questo ha un costo monetario, un *prezzo*?

Ovvero, può essere concepito come componente di un'*economia*?

La bellezza non ha prezzo e l'appagamento della sua fame non rientra nelle valutazioni dell'economia classica. Ma forse in un'Economia dei Valori essa potrebbe avere un ruolo non indifferente (Amartya Sen)

Non solo, ma anche la ricerca dei valori, la riscoperta del sé, necessitano di ciò che normalmente potrebbe essere chiamato "investimento economico", un investimento opposto ai pesanti oneri delle attrattive globalizzanti, e dunque leggero perché finalizzabile in questo caso alla costruzione di una struttura soft ma concreta, fatta di relazioni, di recupero delle differenze

qualitative, rivolta al concreto esaudirsi della speranza estetica e contemporaneamente alla soddisfazione della fame di pane, proprio passando e radicandosi liberamente al territorio, .

Se e come ciò sia possibile possiamo provare a dimostrarlo, con le idee, i progetti, le esperienze e l'immaginazione, che è tanto più fertile quanto più è partecipata, e che non è più soltanto individuale, così come avviene in un simile contesto anche alla creatività, che si rivela non solo individuale ma anche "comunitaria".

Proponiamo pertanto due contributi consequenziali:

- Il primo è una riflessione prima teorica e poi operativa dell'idea di Paesaggio come fenomeno relazionale, e quindi, in quanto tale, come utile riferimento per la costruzione del Distretto Culturale.
- il secondo è la descrizione di un caso concreto di sperimentazione di un'Azione Paesistica.

II PAESAGGIO COME FENOMENO RELAZIONALE, . IL PAESAGGIO RELAZIONALE COME MATRICE PER LA FORMAZIONE DEL DISTRETTO CULTURALE.

Il nostro riferimento concettuale è la Convenzione Europea del Paesaggio, secondo la quale il Paesaggio, in perenne divenire, è riferibile all'Ambiente di Vita, e alla sua percezione sociale, anch'essa in divenire.

Il Paesaggio è un fenomeno complesso in cui coesistono differenze non riferibili ad un unico paradigma concettuale, e la cui temporalità non è uniforme ma "pluriritmica".

Nel caso del paesaggio è lo stesso riferimento ad un unico paradigma che va rimesso in discussione, e nessun riferimento 'tradizionale' può essere più utilizzato.

....Ci occorre allora un allargamento concettuale...

Il nuovo riferimento concettuale è che il paesaggio è un fenomeno relazionale, e perciò non deterministico (oltre le dinamiche causa/effetto) legato alla Percezione sociale e non più ad un'osservazione esterna individuale; è dunque un fenomeno di Apprendimento Sociale, ed è un riconoscimento di Valori Collettivi.

... Molte ipotesi di lavoro sono possibili e molti sono i riferimenti che possono fornirci strumenti utili per approfondire questa nuova concezione dell'idea di Paesaggio, a partire dall'Ecologia della Mente, e quindi all'idea di Processo, alla ricerca di un'Economia di Valori (etici estetici), alle pratiche e alle procedure di una Partecipazione Scambievole

Il Paesaggio è dunque da assumere come un fenomeno che passa dalla sua collocazione ed origine nella "Modernità", ad una nuova concezione entro il pensiero della "Complessità contemporanea", caratterizzato da un percorso concettuale ciclico, che ne fa un FENOMENO PARTECIPATIVO dell'ECOLOGIA in cui *si incontrano e si evolvono insieme* la MENTE e la NATURA, attraverso l'Esperienza, l'Arte, il Mito, ed il Sacro naturale.

Il paesaggio allora è...

... una manifestazione relazionale COSCIENTE, STORICIZZATA E IN DIVENIRE, del rapporto Uomo /Società/ Ambiente, profondamente legato alla sua percezione sociale, che si manifesta progressivamente.

E dunque è un fenomeno da conoscere sperimentalmente, tanto nel suo divenire quanto nel divenire della natura e delle società, e quindi in quanto "Ambiente di Vita" e di valori etici/estetici

Quali strumenti sono utili per tale conoscenza?

In particolare ne abbiamo sperimentati due : l'APPRENDIMENTO RECIPROCO AMICHEVOLE e LA RICERCA-AZIONE

Entrambi questi strumenti non hanno a che fare con i paradigmi ma fanno riferimento all'idea di CRITERI .

I CRITERI (nel senso attribuito loro da G.Bateson) riconducono alla Conoscenza Relazionale, alla Risonanza, alla Tensione Creativa del mondo vivente, ai segreti (del sacro e del mito), all'Immaginazione e al "gioco senza regole precostituite", e quindi alla Creatività come patrimonio irrinunciabile e originario dei viventi

I criteri che potremmo assumere sono dunque :

- La Relazione, non come connessione meccanicistica, ma come arte degli incontri di reciproca evoluzione tra le parti
- L'Interpretazione come fenomeno creativo, trasparente, e partecipato socialmente, e non come *spiegazione*
- Il Processo –progettante e figurante – che conduce alla Formazione (gestalt) e non alla Forma
- Il Valore che scaturisce nel divenire delle dinamiche sociali e non viene imposto e accettato
- Il Campo della Ricerca/Azione e della Creatività, non come semplice supporto, ma come struttura organica di ogni fenomeno

Il Paesaggio così strutturato può divenire strumento di lavoro per la costruzione dei Distretti Culturali

A tal fine alcuni ulteriori chiarimenti possono risultare utili per una loro applicazione diretta anche nel caso della Sardegna Interna Centrale.

Come abbiamo visto, la Convenzione Europea imposta il paesaggio in maniera post-industriale cioè contemporanea: non è più il paesaggio della modernità, è un'altra concezione e come abbiamo rilevato gli elementi fondamentali sono il fatto che il paesaggio è concepito come un fenomeno che è dinamico, relazionale, complesso in quanto esso è contemporaneamente l'oggetto e la percezione dell'oggetto, (entrambi i fenomeni), è il territorio e la consapevolezza del territorio, e questa consapevolezza è sociale, ed è sociale attraverso la percezione sociale del paesaggio.

Questo è il fattore più innovativo di questa nuova visione e ne rappresenta il momento fondamentale.

Ma questa percezione sociale del paesaggio è facilmente identificabile proprio con le operazioni che anche voi state facendo in questi contesti, quando volete ritrovare la consapevolezza da parte della popolazione nei confronti di questi loro territori regionali.

E questo è il passaggio fondamentale, quando cioè una popolazione riconosce il luogo dove abita e riconosce tutti i rapporti di lavoro, di consapevolezza e di conoscenza che lo possono caratterizzare.

Peraltro questo processo è assai complesso da mettere in moto, e da sviluppare, e non è affatto lineare.

Riteniamo che per confrontarci con questa difficile condizione, la strada migliore per affrontarla sia il ricorso alla *Sperimentazione*

Una sperimentazione che deve essere basata sulla Ricerca/Azione come metodo di lavoro costante (v, esempi successivi), e dove non solo l'azione ma anche la ricerca viene condotta dalla popolazione, dove la consapevolezza è una consapevolezza che diventa sociale, e quindi dove sia il sapere esperto sia il sapere che viene dalle popolazioni si incontrano insieme in dei procedimenti processuali che noi chiamiamo "Apprendimento Reciproco Amichevole"

Questa procedura ci sembra che nel caso di Asuni sia già stata in parte praticata, almeno per certi aspetti, e che può essere ulteriormente approfondita nella direzione indicata dalla Convenzione Europea.

Nell'attività che noi abbiamo sperimentato nel progetto Interreg, come vedremo, abbiamo affrontato situazioni molto differenti tra loro: da quelle delle aree di margine della metropoli, alle aree di abbandono dell'interno, alle aree delle nicchie di produzione di qualità come poteva essere il Chianti, a diverse altre situazioni che si sono presentate nelle aree non edificate.

In questo ambito di ricerca abbiamo avuto un rapporto anche con Calabria Andalusia e Sardegna e con la Sardegna abbiamo stabilito un'attività che poi ha svolto la prof. Lidia Di Candia, alla cui relazione rimandiamo direttamente.

In questo caso l'operazione consisteva nello specifico intento, di andare a rilevare quali potevano essere le Percezioni sia delle popolazioni residenti, sia della struttura ospitante (lavoravamo entro le tematiche scelte dalla Regione Sardegna, quelle del turismo di eccellenza); per cominciare a rendersi conto di come viene percepito il territorio sia dalla popolazione, sia dalla struttura ospitante, sia dall'ospite, al fine di mettere insieme progressivamente una sorta di "banca delle

interpretazioni", utile sia per conoscere la situazione contemporanea della percezione del paesaggio ma anche per orientare progressivamente anche le scelte future

Ovviamente questa ricerca ha senso solo se è una ricerca partecipata.

Questa operazione è uno dei casi possibili che si possono fare.

Si è trattato di un primo tentativo, ancora molto sperimentale, ma assai interessante. perché ha affrontato percezioni completamente differenti tra loro, ed è proprio questa diversità ed i questa ricchezza di situazioni che ci consentiranno di modellare progressivamente le azioni da fare nei confronti di nuovi modelli per l'attività ricettiva,

In altri casi, come vedremo con l'esempio di Ruralmed, l'esperimento si è concentrato sul tema della mobilità, questo grande tema complesso e di grande rilevanza per le aree interne e marginali, perché se la mobilità deve entrare in queste situazioni non può essere una mobilità derivata da quella urbana, con spostamenti andata e ritorno, con la ricerca della massima rapidità, ma deve essere una mobilità che attrae una complessità di soggetti e di situazioni diverse, con specifici tempi diversi, Una mobilità basata sia sul tempo che e sullo spazio e organizzata più *"per ritmi che per tragitti"*. Si comincia così ad intravedere tutto un altro modello di mobilità, una "Mobilità Relazionale" che stiamo ancora studiando, un modello che ancora non è arrivato a una conclusione, rispetto al quale, anzi, siamo solo agli inizi.

Un altro tema della ricerca/azione emerso dall'esperienza di Ruralmed è quello che chiamiamo il "Mercato Relazionale", un tema di grande rilevanza, caratterizzato dal tentativo di andare a trovare modalità di scambio che non siano solo mercantili in senso economico, ma che siano più complesse, dove di nuovo, oltre ai prodotti, si scambiano le idee, i rapporti tra le persone, le procedure produttive materiali e sociali, dove quindi si scambiano tantissime cose; riaprendo lo scambio a tutta la sua ricchezza; e a tutta la sua complessità vitale, vorrei dire ecologica.

Probabilmente nella aree della ruralità e di margine questo obiettivo può essere più facile che nella urbanità, però anche questo fenomeno è tutto da verificare e da sperimentare. Certamente per le aree interne un simile approccio potrebbe risultare fondamentale.

Vi è in fine un'altra tematica che noi riteniamo molto interessante quella di un cambiamento di impostazione nei confronti della pianificazione territoriale.

Non crediamo che sia più possibile nell'attuale condizione contemporanea caratterizzata da complessità e da rapida modificazione degli assetti territoriali, fare ancora riferimento alla pianificazione tradizionale, ed a maggior ragione questo vale anche per il Paesaggio, in particolare quello della Convenzione Europea.

Per affrontare la condizione attuale credo che siano da immaginare delle procedure continuative nel tempo. Occorre cioè ipotizzare i piani come processi continui anche per consentire la possibilità di un continuo intervento da parte della popolazione, in modo tale che la partecipazione possa avvenire dentro processi continui e non su scadenze fisse, andando oltre ad una partecipazione intesa come ricerca di consenso.

Viceversa possiamo pensare ad una partecipazione concepita in termini di processualità e di attività continua. Ebbene, questo tipo di procedura la stiamo chiamando "slow planning", per introdurre lo studio delle procedure continuative, con tutte le loro retroazioni e con i loro cambiamenti di direzione, assumendo una logica di tipo evolutivo anziché una logica di tipo deterministico.

Infine un'ultima considerazione che può prendere lo spunto anche da quanto è accaduto qui ad Asuni nell'esperienza precedente.

Se si procede nell'ipotesi di ricostruire una relazione tra Comunità e Luoghi (che abbiamo visto essere alla base della nuova idea di Paesaggio) si manifesta chiaramente un altro aspetto molto importante, quello di una partecipazione all'innovazione da parte di tutti gli abitanti coinvolti e cioè si riassume finalmente alla formazione di una Creatività Diffusa, cioè la creatività non è più degli esperti, la creatività torna ad essere la più grande struttura umana, che per secoli è stata conculcata e che è stata negata, e che così viene di nuovo riscattata

Si riscopre così la creatività come manifestazione superiore dell'essere umano.

L'uomo si è evoluto perché creativo, ma di questa creatività se ne sono appropriati esperti, professori, sacerdoti, politici, mentre invece è patrimonio di tutti, secondo. dimensioni di creatività straordinarie non codificate e che possono emergere ovunque.

Quando si fece l'esperienza di Asuni questa dimensione emerse con chiarezza, ma essa può essere ancor più dilatata

Gli Atelier dei Paesaggi mediterranei, le reti di attuazione ed implementazione della Convenzione Europea del Paesaggio.

. Un'ultima informazione.

Questa complessa attività intorno al Paesaggio la stiamo cercando di organizzare a due livelli:

- uno formando quelli che noi chiamiamo "***Atelier dei paesaggi mediterranei***", delle strutture dove piccole associazioni, comuni ed enti locali si associano e si ritrovano insieme per attuare la Convenzione Europea, e per sperimentare procedure e modelli di Ricerca/Azione Partecipata, : modelli che abbiamo definito "***Paesaggi Partecipati***", per sviluppare attività sociali di consapevolezza della relazione uomo-ambiente e di ricostruzione del rapporto Comunità/Luoghi.
- L'altro livello è quello di cominciare a creare reti su queste attività, tra tutti quelli che fanno delle esperienze simili (Atelier , Ecomusei, Distretti culturali, o altro). L'importante è costruire queste connessioni. Personalmente abbiamo un filo aperto con la Gestione della Convenzione Europea a Strasburgo per arrivare ad organizzare non solo le reti che collegano le regioni, o le reti che collegano le università, ma per costruire la rete delle "strutture dal basso" (ONG, Associazioni no profit, e simili), per fare le reti partecipative, per fare le reti delle esperienze, sia a scala europea che a livello di rete italiana. In questo senso ci sembra che l'esperienza e la struttura di Asuni sia già pienamente dentro a questa impostazione.

“un’esperienza progettuale dell’Atelier dei Paesaggi Mediterranei

– I paesaggi della ruralità contemporanea - progetto europeo interreg-ruralmedII”

prof. Arch. Giorgio Pizziolo, Università di Firenze Arch. Rita Micarelli, Atelier dei Paesaggi Mediterranei di Pescia (Pistoia)¹

- L’ IPOTESI della Ricerca.

Uno sguardo all’immagine notturna del nostro pianeta (ovviamente rielaborata e accentuata nei suoi contrasti più eclatanti) ci ha ispirato il percorso di questa ricerca e ci ha suggerito l’idea di approfondire e verificare proprio i contrasti tra le zone illuminate delle aree metropolitane e le zone oscure, lasciate in ombra dall’invadenza luminosa del modello di sviluppo globalizzato. Luci e ombre, brillantezza e opacità, si contrastano e si esasperano nell’immagine quasi a ritrarre la realtà che oggi viviamo nel mondo occidentale, evidenziando da una parte l’abbaglio del modello di sviluppo globalizzato dominante, dall’altra un possibile mondo - latente ma diffuso- che persiste e si manifesta nelle aree opache.²

Ma un tale mondo può davvero esistere? Quanto è realmente diffuso? Chi lo sostiene? E in tale caso può rappresentare un modello di vita durevole e capace di auto sviluppo? Come scoprirlo nei suoi aspetti più dettagliati, e come farlo emergere dall’opaco con piena dignità? Con quali riferimenti culturali, politici, economici e gestionali?

La nostra ipotesi iniziale è stata sviluppata esplorando quell’opaco, nella complessità delle sue differenze e delle micro realtà locali e, allo stesso tempo, cercando di stabilire possibili relazioni tra quel mondo e quello ufficiale delle politiche e della cultura amministrativa, che tende a uniformarsi su un unico modello, a partire dal livello europeo fino a quello dei governi locali.

A tale modello si contrappone la Convenzione Europea del Paesaggio (firma Firenze 2000, entrata in vigore Strasburgo 2005, ratificata dall’Italia gennaio 2006) i cui contenuti sono apparsi fondamentali per orientare la nostra ricerca e stabilire un collegamento continuo tra il macro livello delle politiche culturali del parlamento europeo (C.E.P.) e il micro livello delle realtà locali (i partners del progetto RuralMed)

Il collegamento si è rivelato significativo sia nei confronti dei paesaggi che nei confronti della condizione ambientale, culturale e socio economica delle molte realtà ufficialmente sconosciute che dall’opaco si vanno via via rivelando in ogni ambiente di vita contemporaneo, dai margini delle aree metropolitane alle aree abbandonate dall’agricoltura tradizionale, alle periferie urbane, alle aree coltivate, in un continuo, reciproco intreccio.

Il Paesaggio definito dalla Convenzione Europea è l’insieme di questi ambienti di vita e, come la stessa Convenzione recita all’articolo 1, è anche la percezione di questi ambienti da parte di coloro che li abitano.

Intendendo dunque i paesaggi come ambienti di vita, e intendendo i complessi fenomeni sociali e culturali che, pure nella loro frammentazione, si manifestano ai margini del mondo globalizzato come una realtà di straordinaria potenzialità ci siamo proposti di ricondurre questo complesso insieme di frammenti separati verso una nuova possibile condizione che abbiamo chiamato *ruralità contemporanea*.

Paesaggi e ruralità costituiscono i riferimenti per ritrovare un significato alle problematiche di tutto quel mondo e per arrivare a considerarlo come un’entità significativa e riconoscibile in sé, salvaguardando ciò che in esso si è raccolto e resiste alla distruzione (le testimonianze o i relitti di molte storie vissute e di molte trasformazioni) e ciò che di nuovo vi è stato introdotto (i nuovi

¹ Questo è un estratto da una comunicazione presentata presso l’Université d’été, Erba, nel settembre 2006

² L’ipotesi di questa ricerca è stata formulata nel 2003 da Giorgio Pizziolo ed è stata sviluppata in molte occasioni di incontro e nel corso di molte esperienze con realtà sociali e (urbane e non) la cui esistenza non è apparsa catalogabile né descrivibile con gli strumenti disciplinari e politici ufficiali. Il senso che vogliamo dare all’opaco è anche metaforico, e ci viene ispirato dal racconto di Italo Calvino “*Int’ubagu*”, “*Dall’opaco*”, nel quale la questione dell’ombra e del vivere sommerso di tutto il mondo latente, escluso e trascurato fa emergere invece il significato e l’importanza straordinaria che l’opaco e l’ombra, contrapposti al brillare della luce, rivestono per la vita e per il divenire del mondo.

modelli qualitativi di vita, le scelte culturali, il lavoro, il desiderio di 'nuova cittadinanza', la partecipazione attiva alle trasformazioni dell'ambiente di vita, la costruzione di nuovi legami).

La *ruralità contemporanea* e i suoi ambienti di vita possono emergere e ridefinirsi proprio nella complessità e negli intrecci che si esprimono e vengono percepiti -nel loro continuo divenire- attraverso i *paesaggi*.

-La ricerca, la sperimentazione, la partecipazione: dove e come

La nostra ricerca ha dunque approfondito l'ipotesi formulata e ciò ci ha condotto ad esplorare le zone opache, gli angoli bui della marginalizzazione o della dimenticanza, attraverso la palude della conoscenza e dei ricordi, che appaiono scoloriti se paragonati al brillare tracotante del mondo globalizzato. Le zone buie, così come mostra la nostra immagine notturna del pianeta, sembrano escluse e separate dal mondo metropolitano rispetto al quale ogni cosa che non rientri nei ritmi, nei codici di comportamento e nelle canalizzazioni dell'informazione dominante, viene appiattita ed emarginata. Abbiamo dunque esplorato proprio in quel buio, quasi a tentoni e senza un programma predeterminato da seguire, andando alla ricerca di realtà e di valori che si ritenevano perduti, o in estinzione. Si trattava da una parte di ritrovare riferimenti, testimonianze, germi di vitalità che costituiscono la complessità inscindibile di cultura e di sapere, di manualità e creatività, che si esprimono nella vita degli uomini, dal cibo agli scambi e alle relazioni, alle memorie profonde e ai *ricordi* individuali, e nello stesso tempo di essere attenti e capaci di interpretare ciò che quel mondo *non metropolitano* oggi esprime, attraverso le persone, la loro cultura, le scelte di vita, gli stili di lavoro e di ricerca, e le aspirazioni che conducono ad una diversa qualità di vita.

Il campo della ricerca

La verifica delle nostre ipotesi richiedeva approfondimenti e poneva molti interrogativi che potevano trovare risposte solo nel contatto con diverse realtà, praticato direttamente con le persone che le vivono tramite la ricerca /azione e la sperimentazione concreta e corale condotta da tutti i partecipanti, dagli esperti locali e dalla direzione del Progetto.

Il campo della ricerca è stato così individuato in una varietà di ambienti di vita e contesti sociali collocati in Toscana, in Umbria, e in Emilia. In ciascuno di essi si esprimevano problematiche, attitudini e potenzialità di partecipazione attiva alla ricerca /azione proposta, sulla base dei seguenti interrogativi:

- Che cosa può significare oggi il vivere rurale rispetto alla condizione di frammentazione, di costrizione o di isolamento nel quale si trova rispetto ai modelli dominanti?
- Ha ancora senso pensare e vivere in termini diversi da quelli della globalizzazione metropolitana? Quali soggetti vivono, pensano e agiscono nel mondo distrutto della ruralità di un tempo?
- Chi e come vi sopravvive, e chi torna a vivervi?
- Da qui è iniziato il processo della ricerca e si sono articolate le tematiche progressivamente emergenti.

-GLI INCONTRI, lo scambio, l'apprendimento amichevole

Il nostro percorso si è progressivamente ramificato in quattordici casi studio italiani (i partners scelti in Toscana, Emilia Umbria) e allargato ad altre realtà mediterranee (partners scelti tra i partecipanti europei al progetto Andalusia, Calabria, Sardegna)

Le realtà individuate si sono dimostrate tutte di grande interesse non solo per le attitudini dei gruppi sociali a sperimentare la ricerca /azione ma anche per le problematiche particolari che ciascuna di esse poteva esprimere, e per le relazioni trasversali che ciascuna poteva stabilire con i partners nei confronti delle tematiche generali della ricerca.

Il passi della ricerca, il processo e le fasi

La prima fase del lavoro si è tradotta in un susseguirsi di incontri con i gruppi sociali e gli esperti responsabili che ci hanno accolto nei loro ambienti di vita, e di incontri tra partners raggruppati rispetto alla condivisione di problematiche comuni più ampie. Così è stato avviato il processo di

ricerca e sono stati delineati i percorsi e i livelli di partecipazione di ciascun gruppo locale al progetto generale.

Un procedere fluente e morbido ci ha consentito di mantenere aperte tutte le possibili articolazioni della ricerca e di arricchire progressivamente le esperienze in corso accogliendo gli stimoli e le nuove informazioni che provenivano dai partecipanti.

Abbiamo incontrato persone e intelligenze vive, affettività e attaccamento profondo a uno stile di vita che non ricalca quello dominante, ai ritmi del lavoro e dello studio, alla cultura, alla produzione agricola.

Gli incontri non erano dedicati alla mera scoperta del sé e dei valori che ogni gruppo poteva manifestare ma costituivano l'occasione per allargare e rendere più complesse le relazioni tra gruppi diversi e per costruire rapporti di scambio reciproco e amichevole tra gli esperti, alcuni amministratori locali, e i soggetti sociali via via coinvolti nel progetto.

È questa modalità di esplorazione a tutto campo ci ha rivelato una complessità, spesso nascosta alle luci abbaglianti del mondo 'ufficiale' e conseguentemente **ignorata come tale** dai canali dell'informazione, dai finanziamenti mirati, dalle politiche di governo e di gestione delle risorse precostituite, che anche le amministrazioni locali tendono a subire senza avere strumenti adeguati per ridiscuterle e che si traducono quasi uniformemente nei linguaggi e nelle metodologie ormai comuni ai diversi ambiti della politica ufficiale: dall'Urbanistica alle PAC, ai mercati di scambio, alle filiere della produzione.

LE TEMATICHE EMERSE

Su questa complessità e sul suo rivelarsi nella sua essenza più profonda e nella sua potenziale nuova unitarietà si è sviluppata la nostra scoperta e sono emerse le tematiche della nostra ricerca

- *I "paesaggi della tensione" tra metropoli e neo/ruralità*
- *La figura e la condizione emergente dei cittadini rurali.*
- *Il Mercato relazionale*
- *La Mobilità relazionale (mobilità/ritmi/relazioni) (spazi/tempi degli Ambienti di vita)*
- *Consapevolezza paesistica/creatività nell'Ambiente di vita.*
- *Paesaggio come Bene Comune*
- *Il paesaggio elemento fondamentale e protagonista dello stile di vita. ("Italian way of life", la nuova frontiera anche economica del prodotto italiano),
gli indirizzi:*
- *Slow planning, una concezione evolutiva e partecipata della pianificazione*
- *I Presidi paesistici e la loro rete*
- *I Programmi di Ricerca/Azione Paesistica*
- *Verso la Bioregione*

I "paesaggi della tensione" tra metropoli e neo/ruralità

Perché Paesaggi della tensione? Perché esprimono già in sé la condizione difficile degli ambienti di vita di margine, dove le forze in campo si contrappongono duramente e dove l'ambiente subisce le trasformazioni più accelerate e più laceranti. I margini che separano la vecchia città dalla campagna sono aggrediti da pressioni economiche e speculative, invasi da opere e da tecnologie spesso devastanti, privati della possibilità di ricostituire le loro difese naturali alle aggressioni (aree spazzatura, ritagli di coltivazioni spontanee, agricoltura distrutta, discariche, ostacoli e impedimenti alla vita quotidiana –percorsi distrutti, cicli naturali impossibili, inquinamento). Tali difese non sono solo sottratte all'ambienti di vita ma anche alle persone, la cui percezione si degrada di giorno in giorno, fino all'indifferenza e alla sfiducia nella possibilità di reagire.

In tali condizioni le persone trovano tuttavia lo stimolo a reagire e ad esprimere forme di partecipazione attiva da contrapporre alle trasformazioni violente nelle quali si trovano coinvolti. Viene così a manifestarsi una nuova modalità di micro partecipazione: piccoli orti interstiziali, strutture sociali che tentano di presidiare attivamente i loro paesaggi quotidiani, qualche tentativo di coltivazione delle aree ancora disponibili... tutto riconducibile ad una sorta di neo-

ruralità , un fenomeno inedito e diffuso, vissuto quasi in sordina ma non eliminabile facilmente , come invece lascerebbero credere le valutazioni ufficiali di tale realtà.

La ricerca RURALMED si conclude ricomprendendo e intrecciando tutte le tematiche e individuando nella **Ruralità un nuovo soggetto socio/territoriale (e quindi paesistico) che si costituisce come nuova entità** nella complessità del mondo *non metropolitano* e si colloca, a partire dai suoi confini –aree di margine o di frangia metropolitane- in *tutte le aree trascurate* della campagna, della costa , della collina e montagna mediterranea (appenninica, alpina, e altri simili).

LA PROPOSTA

Il “Soggetto Ruralità ” che si riconosce in questa dimensione complessa e si riferisce alla Convenzione Europea del Paesaggio può così configurarsi solo in una *dimensione europea bioregionale* (sociale, produttiva, ambientale) e può portare la Ruralità ad un pieno riconoscimento politico istituzionale e al suo inserimento negli atti di programmazione e finanziamento regionali, nazionali e internazionali, in piena dignità.

Distretti Culturali e sviluppo del territorio

Sacco Pier Luigi, Professore ordinario di Economia della Cultura, Pro Rettore alla Comunicazione e all'Editoria e direttore del Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV, Venezia

Ferilli Guido, assegnista di ricerca presso l'Università IUAV, Venezia

Cultura, consumo e territorio

La cultura ha assunto recentemente una valenza sempre più importante nei processi di creazione del valore. La stessa domanda del consumatore è cambiata, grazie anche ai cambiamenti del rapporto tra consumo e benessere individuale.

Mentre nelle società industriali il rapporto tra identità individuale e sociale era statico, con una scarsa criticità dei modelli culturali di riferimento, nella società post industriale la maggiore elasticità della struttura sociale permette agli individui di determinare in modo sempre più autonomo e mutevole la propria condizione di vita e quindi anche le proprie preferenze, i propri bisogni e le dinamiche di competizione sociale.

Nella società post industriale domina la possibilità degli individui di esprimersi liberamente, per raggiungere il proprio benessere personale. Tutto ciò lo si riscontra anche nell'atto del consumo, in quanto le persone cercano sempre di più beni a valenza culturale, quelli che gli permettono di aiutarli a confermare le proprie strutture mentali, permettendogli di dare conferma della loro posizione nel mondo e del ruolo che essi vi assumono.

Nella società post industriale l'accesso delle persone ad una maggiore ricchezza rende obsoleti i modelli di sviluppo legati alla logica della sopravvivenza. Le persone, raggiunto un certo livello di benessere valutano gli incrementi dello stesso in modo diverso, dando sempre più importanza ad indicatori meno materiali.

L'acquisizione di esperienze culturali da parte degli individui e della società, favorisce la capacità degli stessi, una volta acquisita una certa dotazione di capitale culturale, identitario e simbolico di attivare un meccanismo di sostegno della offerta di nuove dimensioni di consumo e di produzione, attraverso un processo di acquisizione di competenza. L'esperienza culturale permette quindi ai singoli individui di sviluppare nuove competenze che determinano la necessità di ampliare il proprio paniere di consumo, favorendo quindi lo sviluppo virtuoso di nuove forme di consumo.

Questo circolo virtuoso favorisce quindi un processo di continuo rinnovamento dei prodotti di consumo e di una nuova domanda. Il consumatore richiede sempre nuovi prodotti e servizi nei quali la componente creativa innovativa diviene fondamentale.

Lo sviluppo di modelli identitari sempre più diversi, la capacità dei singoli individui di elaborare autonomamente il proprio modello identitario e quindi il proprio modello culturale, si riflette anche nella capacità produttiva di un territorio, che passa progressivamente da produttore di beni e servizi a produttore di modelli identitari. La stessa attrattività di un territorio passa quindi sempre più nella sua capacità di offrire la componente immateriale più che quella materiale (capitale fisico, naturale). Questo dato lo si può riscontrare nella capacità di molti paesi (ad es. quelli del nord Europa), di sviluppare modelli di crescita endogena basata sulla componente immateriale dell'offerta culturale.

In questi ultimi anni lo sviluppo del territorio, avvenuto in modo spontaneo o indotto, ha quindi rappresentato un terreno fertile di ricerca multidisciplinare di urbanisti, architetti, economisti, antropologi, geografi ecc. per interpretare le componenti che caratterizzano queste nuovi fenomeni di sviluppo. Gli elementi che caratterizzano il successo di un territorio sono sempre più dati dalla correlazione tra produzione e sistema sociale, ambientale. La competitività dell'offerta dipende sempre di più dal contesto complessivo in cui essa si opera e che può influire, grazie ai processi di crescita del sistema sociale su cui interviene.

In altre parole la crescita di un territorio avviene attraverso un processo di distrettualizzazione, di concentrazione geografica di vari elementi endogeni ed esogeni ambientali e sociali che cooperano tra di loro per porre il territorio in chiave competitiva.

Emerge quindi la relazione tra economia, società e territorio quale sistema complesso in grado di generare crescita e sviluppo, e diventa sempre più evidente come nelle società post industriali la competizione non avviene più tra singoli agenti, ma tra sistemi territoriali in cui lo sviluppo organico degli elementi materiali ed immateriali diviene condizione necessaria alla crescita competitiva del sistema e della sua capacità di attrarre risorse dall'esterno, e come il concetto di valore assume nuovi connotati quale chiave strategica di sviluppo territoriale.

Il distretto culturale

È proprio da queste considerazioni che si vuole introdurre il concetto di distretto culturale evoluto. Le origini di questo termine si possono fare risalire a quelle del distretto industriale. Modello di sviluppo di un determinato territorio grazie all'integrazione verticale realizzata dal sistema locale su un'unica filiera di prodotto. È il modello di sviluppo economico di un territorio che fa riferimento storicamente agli agglomerati di piccole e medie imprese specializzate e

concentrate in un determinato territorio aventi una serie di caratteristiche comuni, sospese tra l'autonomia e l'interdipendenza.

Il distretto culturale classico, quello che nasce nel Regno Unito negli anni '70, grazie agli esiti di politiche di riqualificazione di aree urbane degradate ne è un esempio, anche se il concetto di cultura già allora assunse un'accezione più ampia, ricomprendendo la produzione culturale e i settori ad essa connessi. I casi più interessanti di distretto culturale si possono riscontrare dagli anni '80 nei paesi anglosassoni, mentre in Italia si inizia a discutere di questo modello di sviluppo dagli anni '90.

Un primo modello di distretto culturale proposto è quello che si focalizza sul concetto di distretto come sistema, territorialmente delimitato di relazioni che integra il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, sia materiali che immateriali, con le infrastrutture e con gli altri settori produttivi che a quel processo sono connesse. Le risorse valorizzabili dalla forma di distretto sono in questo caso tutto il patrimonio demo-etno antropologico in cui sono compresi gli spettacoli dal vivo, la produzione di arte contemporanea, l'industria cinematografica, televisiva, editoriale e multimediale, i prodotti tipici locali, nonché l'industria della moda e del design. Il distretto in questo caso è costituito dalla filiera che caratterizza il bene; dai proprietari dei beni che ne sono oggetto, a quelli delle altre risorse locali, alle imprese fornitrici di materiali e servizi, alle imprese che utilizzano il prodotto finale all'interno della propria catena del valore, alle infrastrutture di accoglienza, a quelle del tempo libero (come i teatri e gli impianti sportivi), alle istituzioni della formazione professionale ecc. Ogni area territoriale organizzerà il suo modello di distretto intorno alla sua dotazione più pregiata sia in termini di offerta di servizi, coordinata e coerente con gli obiettivi del processo di valorizzazione, sia in termini di qualità dei servizi di accoglienza, adeguati al segmento di domanda che si vuole attrarre, che di relazioni con le imprese che integrandosi all'interno della strategia di valorizzazione, ne incorporano gli elementi simbolici distintivi e si attivano per attrarre ulteriori risorse economico produttive. Si tratta in altri termini dell'intera filiera produttiva del bene da valorizzare, tipica anche dei distretti industriali, ma con alcune differenze. In primo luogo la produzione ed il consumo di prodotti culturali non possono essere separati geograficamente, come avviene per i prodotti del distretto industriale, destinati all'esportazione. Inoltre può esserci l'intrusione di soggetti esterni interessati al semplice sfruttamento delle potenzialità del distretto, con l'obiettivo del profitto, spesso con il conseguente scadimento dell'offerta culturale.

Un altro modello interpretativo del distretto culturale è quello che si fonda sulla maggiore rilevanza attribuita al capitale culturale di uno specifico luogo, ovvero alla cultura locale, tradizioni e capitale sociale sedimentati, le conoscenze tacite e diffuse, intellettuali, oltre che le

sue forme tangibili. Il motivo di tale scelta è l'effetto della globalizzazione dei mercati che porta a distinguere coloro che si occupano della produzione dei beni e che fanno leva sul costo di produzione, da coloro che si occupano della creazione degli stessi.

Secondo questa visione il distretto culturale più che essere orientato alle aree tradizionali dell'artigianato artistico evoluto industrialmente, si fonda sulle nuove aree produttive, caratterizzate da un alto valore aggiunto di capitale umano che caratterizzano le economie post industriali; si tratta quindi dei settori del design, dell'innovazione tecnologica, della creazione di nuovi prodotti. Sono distinti in questo caso i distretti culturali industriali, che hanno le maggiori analogie con i distretti industriali. Il distretto culturale istituzionale caratterizzato dalla presenza di istituzioni formali nel cui ambito vengono tutelati diritti di proprietà e di marchio. Le restanti tipologie di distretto sono il distretto culturale museale e il distretto culturale metropolitano, che si caratterizzano da un lato per il recupero del patrimonio artistico e dall'altro per la rivitalizzazione di aree urbane.

Il distretto culturale evoluto

Il modello di distretto culturale che si vuole introdurre acquista valenza se riconducibile al modello del distretto industriale (o culturale), ma con una forma di integrazione di più filiere di tipo orizzontale, più che verticale, come avviene nei modelli di distretto fin qui descritti.

In questa visione la cultura assume allora il ruolo più ampio di agente sinergico che fornisce a tutti i settori contenuti, strumenti, pratiche creative, valore aggiunto in termini di valore simbolico e identitario. Le economie che sviluppano un distretto culturale non sono generate dai classici mercati culturali, quanto dalle attività creative che possono crescere e svilupparsi nell'integrazione tra questa e le varie dimensioni della vita sociale ed economica quotidiana.

E' su queste basi che nasce il modello del distretto culturale evoluto: un modello nel quale la dimensione di sistema è ancora più forte e decisiva che nel vecchio distretto industriale, e che richiede un'integrazione complessa tra una molteplicità di attori (pubblica amministrazione, l'imprenditorialità, il sistema formativo e l'università, gli operatori culturali e la società civile). E' perciò un modello che affronta in pieno le nuove sfide fondandosi su forme innovative di coordinamento verso una comune visione strategica avente lo scopo della produzione e diffusione della conoscenza. In altre parole il distretto culturale evoluto affronta la complessità dello sviluppo postindustriale del territorio, grazie all'integrazione orizzontale delle filiere produttive che lo caratterizzano, per le quali la cultura, nelle varie forme di espressione che assume, diviene la piattaforma comune di comunicazione tra gli attori.

Negli ultimi anni in tutto il mondo si assiste ad un proliferare di nuove esperienze che rispecchiano questa logica. Sono esperienze che rappresentano un nuovo meccanismo di crescita nel quale l'innovazione culturale si traduce in capacità innovativa del sistema, creando nuove risorse per la produzione culturale stessa, e allo stesso tempo aumenta la qualità della vita e l'attrattività localizzativa del sistema locale.

Il distretto culturale evoluto viene appropriatamente compreso in tutta la sua portata e complessità solo all'interno di una prospettiva teorica che ne evidenzia i punti di contatto con lo sviluppo economico e sociale più generale. Il distretto culturale infatti è animato da elementi quali la libertà individuale, l'innovazione, la creatività, la qualità della vita, gli stessi presupposti immateriali che secondo molti economisti guideranno, e in parte già guidano, lo sviluppo dei paesi caratterizzati da un'economia postindustriale.

In questa prospettiva il distretto culturale evoluto può essere considerato una grande possibilità di sviluppo economico e sociale per il territorio e soprattutto per gli individui che lo abitano. Una concezione lontana da quella che invece lo reputa piuttosto una semplice modalità per mettere a frutto il patrimonio architettonico, artistico o paesaggistico di cui l'Italia è senz'altro ricca, ma che però non basta da solo a dare nuovo impulso all'economia o ad aumentare il livello di qualità della vita dei suoi abitanti.

Il concetto di sviluppo non è però di immediata trasparenza, spesso nel linguaggio comune per sviluppo si intende un sinonimo di ricchezza economica, in termini di semplice reddito. Questo significato non si può definire errato, ma senza dubbio almeno incompleto, soprattutto alla luce della lettura di un economista premio Nobel come Amartya Sen, che rende evidenti il rapporto tra sviluppo e libertà nel contesto dei paesi meno ricchi, con rilevanti spunti anche per una lettura dei paesi tipicamente avanzati; o ancora economisti come Porter o Florida, che pur essendo profondamente diversi per approccio e tematiche d'analisi, legano strettamente lo sviluppo economico all'innovazione e alla creatività, non solo delle industrie, ma anche degli individui. L'individuo, la persona nella sua interezza diventa una chiave dello sviluppo, che si snoda sui canali della capacitazione, dell'innovazione e della qualità della vita e della creatività. Lo sviluppo è dunque anche immateriale, così come lo sono in parte la cultura, la libertà o la creatività, che identificano non a caso i pilastri della dinamica distrettuale culturale.

Sono questi i paradigmi alternativi che danno corpo al modello del distretto culturale evoluto: quello dell'attrazione del talento creativo (alla "Richard Florida"), quello della riconversione competitiva del sistema produttivo (alla "Michael Porter") e quello della capacitazione sistematica della comunità locale (alla "Amartya Sen"). Con la particolare eccezione di Florida, nessuno di questi approcci è originalmente nato per dare conto del fenomeno dello sviluppo locale trainato dalla cultura, ma che nonostante ciò essi trovano nella nuova fenomenologia

della crescita post industriale un terreno di applicazione particolarmente interessante. A ciascuno di essi corrisponde una ricca casistica di esperienze che ne stanno esplicitando le potenzialità nel nuovo contesto.

Il distretto culturale, perciò, è caratterizzato da una qualche forma di combinazione creativa di questi tre canali, da cui è possibile identificare dodici azioni di policy che intervengono sui capitali che costituiscono il sistema locale. Le azioni di policy possono essere viste come strumenti di intervento per lo sviluppo del territorio, oppure come chiave di lettura di un territorio per comprendere se in esso sono identificabili azioni in essere, orientare alla realizzazione del distretto culturale evoluto. Ciò al fine di poter dare una chiave di lettura e di intervento omogenee sull'intero territorio sardo e, al tempo stesso, articolata nelle possibili forme di azione che nel loro insieme accompagnano lo sviluppo post industriale del territorio tenendo conto di tutti gli aspetti che lo caratterizzano.

Le dodici policy sono:

- Qualità offerta culturale: ossia la capacità di mettere in atto un'offerta culturale che coinvolge un contesto internazionale (QOC);
- Capacitazione e formazione della comunità: predisposizione di opportunità ad imparare (CFC);
- Sviluppo imprenditoriale: processo di creazione di una nuova imprenditorialità (SIM);
- Attrazione imprese esterne: risorse che portano le imprese interne ad attrarre le imprese esterne (AIE);
- Attrazione del talento: risorse portate dalle imprese esterne (ATE);
- Gestioni delle criticità sociali e dell'emarginazioni: capacità di mediare forme sociali all'interno della culturizzazione (GCS);
- Sviluppo del talento locale: capacità del territorio di creare opportunità sulla base del talento (STL);
- Partecipazione dei cittadini e della comunità locale: propensione della popolazione di muoversi nell'evento (PAC);
- Qualità governance locale: ossia i livelli di governo (QGL);
- Qualità della produzione di conoscenza: ciò che riguarda la ricerca (QPC);
- Capacità networking locale: capacità di far lavorare assieme reti locali attive e coese (CNL);

- Capacità networking esterno: relazioni internazionali, o anche fra regioni diverse (CNE);

Ognuna di queste azioni può essere raggruppata in sottoinsiemi, che ne sintetizzano le specificità: la qualità (QOC, QGL, QPC), lo sviluppo (SIM, STL), l'attrazione (AIE, ATE), la socialità (GCS, CFC, PAC) e il networking (CNL, CNE).

Le azioni interagiscono con le varie forme di capitale presenti sul territorio, intendendo per capitale qualsiasi risorsa che è accumulabile e che è necessaria alla produzione di altri beni. I risultati di queste politiche devono poi tradursi nella produzione/accumulazione di una specifica forma di capitale, di natura tangibile o intangibile, che costituisce a tutti gli effetti il deposito del valore prodotto dal territorio.

E' possibile identificare, in sintesi, cinque forme di capitale, operando una distinzione tra quelle più propriamente pertinenti all'economia materiale e quelle caratteristiche dell'economia immateriale:

- capitale naturale;
- capitale fisico;
- capitale umano;
- capitale sociale;
- capitale simbolico.

Lo sviluppo economico di un sistema implica una combinazione creativa delle cinque forme di capitale. Il senso della progettazione strategica risiede proprio nell'individuare le caratteristiche del mix più adatto ad un contesto territoriale e nel predisporre le condizioni che permettono a tale combinazione di emergere dalla sinergia tra i comportamenti e le scelte dei vari attori territoriali.

Bibliografia

Sacco Pier Luigi (a cura di), *Il distretto culturale evoluto*, Il Mulino, in corso di pubblicazione.

MOLTIPLICARE LE CHIAVI D'ACCESSO: innesti vitali tra arte e pianificazione

Anna M. Uttaro¹

introduzione

In quali aspetti può risiedere il legame tra distretti culturali e sviluppo del territorio? Perché occuparsi – i tal proposito – delle relazioni tra arte e territorio?

Se intendiamo per distretti culturali (evoluti)² un sistema in cui sono integrati in maniera complessa “una quantità di attori quali la pubblica amministrazione, l'imprenditorialità, il sistema formativo e l'università, gli operatori culturali e la società civile”, capaci di mettere in atto pratiche di “*governance* dei processi di accumulazione delle nuove forme di capitale intangibile” (Sacco, 2006); e interpretiamo lo sviluppo del territorio come qualcosa che ha a che fare con la produzione di spazi urbani (Lefebvre, 1968) continua e consapevole da parte dei suoi abitanti, piuttosto che in termini di mera crescita (economica, sociale, urbanistica), allora è possibile intravedere una serie di intersezioni feconde tra i due concetti.

Proverò ad elaborare un punto di vista da urbanista attenta ai fenomeni culturali, seguendo un ragionamento lungo tre passi, tesi a mettere in relazione: le questioni delle convergenze tra arte e pianificazione del territorio; alcune caratteristiche dei territori contemporanei; un'ipotesi operativa da mettere al lavoro.

passo uno: colmare le distanze

Se si intendono i territori come esito continuo di produzione di spazio urbano, dato dall'intreccio complesso di pratiche di vario tipo, esercitate da soggetti con diversi poteri, desideri, aspirazioni, responsabilità, si dovrebbe cominciare a ragionare intorno al tema della distanza sempre maggiore che si è aperta tra pratiche urbane (frutto dell'interazione sociale) e pratiche urbanistiche.

In un contesto occidentale in cui la città progettata, nel confrontarsi con la città storica nata spontaneamente e che Alexander (1975) definisce “naturale”, mostra continuamente crepe e mancanze, la pratica disciplinare continua a fare i conti proponendo soluzioni sempre tese ad annullare questo iato. Eppure, sembra che la complessità della vita nelle città contemporanee sia inafferrabile a quanti lavorano per venire a capo di questa incomprensibilità. Le città naturali sembravano avere, in confronto, una capacità auto-regolativa ed una connessione diretta tra le proprie forme e trasformazioni e le società che le abitavano (Mumford, 1967). Una connessione che rendeva interdipendenti l'involucro esterno (la città fisica) con quello interno (la vita “spirituale”, simbolica), stimolando l'uno le trasformazioni dell'altro. Non solo. Le città, consolidatesi e sviluppatesi a partire dalla forte tendenza alla vita sociale dell'uomo, sono da sempre state i luoghi in cui, nel corso della storia, all'introduzione di regole uniformi e uniformanti che le rendevano sempre più simili ad “un magazzino, un agente di accumulazione e conservazione”, si sono intrecciate pratiche vitali che davano senso alla forma urbana (Mumford, 1967).

A partire da questo tema della presenza di molteplici pratiche di vita, oggi non più necessariamente collegate in maniera biunivoca ai territori in cui si svolgono, ci si interroga sempre più come intervenire – progettualmente, normativamente, politicamente – nelle città occidentali.

Il tema è reso scottante dal paradosso della difficoltà di generalizzazione di tali pratiche urbane, espressione della vita quotidiana delle persone, legata alla necessità di provvedere a decifrarne significati utili alla gestione delle città e la conseguente tendenza a tener conto di tali molteplicità vitali, mediante la messa a punto di strumenti che rendano possibile la più ampia partecipazione alle scelte urbanistiche. Il sospetto è che tale paradosso prima di

¹ Dottore di ricerca in Tecnica Urbanistica, DAU Dipartimento di Architettura e Urbanistica per l'ingegneria, Sapienza Università di Roma.

² Per una trattazione più approfondita si può far riferimento all'articolo di G. Ferilli in questi Atti

risolversi non riesca neanche a venire alla luce, rimanendo le premesse dell'agire urbanistico sostanzialmente immutate rispetto all'approccio omni-comprendivo della pianificazione moderna. Più precisamente, il dubbio risiede nel non considerare davvero nella loro essenza le specificità umane che in tali pratiche urbane si dispiegano e che rendono tortuosa la comunicazione tra il cittadino e lo specialista delle pratiche urbanistiche. In estrema sintesi, pratiche urbane e pratiche urbanistiche, sebbene si svolgano nello stesso ambito spaziale, sembrano aver acquisito una distanza sempre maggiore.

È possibile dunque per il pianificatore utilizzare linguaggi che lo avvicinino e rendano maggiormente comprensibile ai soggetti sociali destinatari del suo lavoro?

È possibile far interagire il linguaggio tecnico, caratterizzato largamente da una razionalità logica, con linguaggi più legati all'esperienza urbana, espressione di una razionalità maggiormente pratica e sensibile?

Può essere interessante riformulare il dubbio intendendo lo spazio urbano come un "contenitore", che viene prodotto dalla società in maniera trasversale rispetto alle settorializzazioni degli specialismi professionali, in quanto riunisce e contiene non solo le realizzazioni progettate dai saperi 'esperti', ma anche "gli altri metodi e le altre risorse del gioco sociopolitico" (Lefebvre, 1976). La convivenza di diversi linguaggi, dunque, sembra essere data dall'esistenza stessa delle città. Lo stesso Lefebvre (1968) sottolineava come queste diversità erano espresse simbolicamente ed erano essenziali nella vita delle città, e proponeva di ricercarle nel ludico e nell'arte. Infatti la produzione estetica non è qualcosa di separato dall'esperienza che l'ha creata, e le arti "appartenevano ai momenti importanti della vita di una comunità organizzata. La vita collettiva che si manifestava nella guerra, nei culti, nel foro, non conosceva divisione tra ciò che caratterizzava questi luoghi e le attività e le arti che portavano in essi colore, dignità e grazia" (Dewey, 1951).

È lecito, dunque, supporre l'esistenza di legami tra la città nel suo continuo farsi e trasformarsi studiata e praticata dall'urbanistica, la produzione artistica (la creazione, i processi artistici ed estetici³), e le molteplici presenze sociali che producono lo spazio urbano (Lefebvre 1976), vivendoci.

Tali legami un tempo sono esistiti, con intensità diverse, interrompendosi poi a seguito di una serie di eventi caratterizzati dalla predominanza del pensiero moderno. Un pensiero che, nato per liberare l'umanità "dall'irrazionalità del mito, della religione, della superstizione", "dall'uso arbitrario del potere e dal lato oscuro della nostra stessa natura umana" (Harvey, 1993), abbraccia l'idea di progresso e del potere della razionalità logica, rompendo i legami con la storia e la tradizione. È così che, per demistificare e desacralizzare la conoscenza e l'organizzazione sociale, il mondo viene affidato a numerose discipline che specializzano la conoscenza al punto da separarla dalla vita. Il progetto, illuminista prima e della modernità poi, si affida alla fede della ragione per comprendere e ordinare il mondo. Così anche per l'urbanistica, come per tutte le discipline che tendono a raggiungere l'oggettività della scienza, tale ordine viene visto dall'alto e con distanza e non attraverso l'esperienza, nella convinzione di poter trovare per ogni domanda una sola giusta risposta.

Cosa è rimasto oggi di quel legame? Come capire, leggere nei contesti se ne esiste ancora qualche traccia?

Sembrirebbe che tali legami stiano tornando alla ribalta, seppure in misure minime, a volte impercettibili, a volte camuffate da qualcos'altro, ma che è possibile leggere come germi di un rinnovato senso, teso a dare significato reciproco alla sinergia tra vita urbana, arte e urbanistica.

Ritornando al tema della distanza sempre maggiore apertasi tra pratiche urbane e pratiche urbanistiche, possiamo notare come, da più di un decennio, si stia tentando di colmare tale distanza attraverso pratiche di partecipazione e coinvolgimento dei cittadini nelle scelte di trasformazione del territorio: i modi del fare urbanistica si sono sempre più rivolti verso le pratiche di coinvolgimento degli abitanti (quali nuovi attori, oltre quelli più forti, la cui presenza è convenzionalmente accettata) nella scelta alle trasformazioni urbanistiche della città. Tale

³ E qui si usa estetici, come Maffesoli (2000) suggerisce, nel senso etimologico della parola *aestētis*: sensibile.

pratica (urbanistica) ha dovuto scontrarsi con la molteplicità di pratiche (urbane) emerse dal confronto con tali nuovi "attori", caratterizzate, tra l'altro, da diversi linguaggi e modi di conoscere la realtà. In questo senso, il linguaggio e gli strumenti tecnici, propri del bagaglio culturale dell'urbanista, affermatosi dalla fine del XIX secolo ad oggi, ed essenzialmente basati sulla validazione della razionalità logica come l'unica (o comunque la migliore) atta a comprendere e modificare la realtà urbana, si sono scontrati con la necessità di comunicare con i linguaggi del quotidiano, fatti di una, apparentemente incomprensibile, mistura di razionalità logiche e sensibili.

In tale ragionamento, risulta inoltre rilevante sottolineare come nell'ambito della pianificazione territoriale e del governo del territorio il termine *partecipazione* sia oggetto di interpretazioni imprecise, almeno sotto due punti di vista. Da una parte, perché si tende a legare il termine ad aspetti relativi al campo decisionale della trasformazione del territorio, non ponendo in discussione la prerogativa delle autorità competenti ai vari livelli, ma comunque affiancando ad essi le decisioni di altri soggetti, "non titolari di alcuna autonoma prerogativa decisionale" (De Bonis, 2007). Da un'altra parte, perché tale termine è spesso confuso e/o messo sullo stesso piano dell'*informazione* e della *consultazione*, intendendo con la prima "la possibilità di ricevere informazioni tali da consentire una valutazione approfondita della situazione" e con la seconda la "possibilità di esprimere, sulla base delle informazioni ricevute, un parer di cui si può tener conto ai fini delle decisioni" (De Bonis, 2007). Se nel termine *partecipazione* risiede invece il significato di co-determinazione delle scelte, capiamo come sia molto utilizzato in Italia un termine – *partecipazione* – per indicare delle pratiche che sono essenzialmente di informazione e consultazione. In accordo con le posizioni di diversi studiosi (Fareri, 2000; Laino, 2003; De Bonis 2005, 2007), mi sembra che il problema da affrontare sia in campo urbanistico *tout court*, sia nelle intersezioni con le politiche culturali, riguardi piuttosto la sfera della costruzione dei contesti in cui i processi partecipativi si svolgono⁴, che necessitano di spiccati caratteri di relazione e interazione.

In questo senso, la frequente mancanza di considerazione delle reali specificità umane e delle conoscenze locali presenti nelle pratiche urbane nelle attività di partecipazione finisce per decretare l'insuccesso di tali processi, dilatando ulteriormente quella distanza tra pianificazione e cittadini a cui si è fatto riferimento. Una distanza che invece sembra siano capaci di colmare una serie di pratiche artistiche contemporanee, che coinvolgono artisti, abitanti e i loro spazi di vita, in grado di dare espressione ai bisogni e desideri delle persone, attraverso un approccio relazionale che mette in gioco un agire basato sull'uso, tra l'altro, di *metafore* e *immaginazione*.

Per tale motivo, anche la pianificazione oggi ha il compito e l'urgenza di indagare, svelare, sperimentare linguaggi di tipo sensibile che operano nel quotidiano dei contesti urbani, per capire se e come possano entrare in sinergia con le pratiche urbanistiche, ormai sempre più in relazione con il quotidiano di chi vive la città⁵. Indagare i modi di conoscenza ed espressione legati al sensibile e all'estetico (nel senso etimologico del termine) potrebbe significare mettere in comunicazione le due modalità di conoscenza e attivare linguaggi più vicini al sensibile nel fare urbanistica; potrebbe significare dare valore e reale capacità a chi abita la città nella creazione dello spazio urbano; potrebbe, in ultima analisi, arricchire i linguaggi del fare tecnico di quella complessità di fronte alla quale proprio la conoscenza tecnica si arena.

passo due: riconoscere le risorse contemporanee⁶

⁴ Come scrive De Bonis (2007): "Già Fareri ha evidenziato come gli approcci alla partecipazione siano schematizzabili anche in termini di strategie di "interazione", e in particolare che la strategia definibile appropriatamente come partecipativa corrisponde alla definizione collettiva dei *frames* e delle regole del gioco da parte di tutti gli attori, sin dalla fase di sollevazione del problema. E Laino ha mostrato che la pluralizzazione dei processi decisionali raggiunge il massimo grado quando la finalità della loro apertura consiste nel favorire concretamente la crescita del "legame sociale" tra i cittadini comuni".

⁵ Si pensi in tal senso alla crescente importanza e sviluppo che hanno avuto a partire dagli anni Novanta le politiche legate ai programmi complessi ed ai finanziamenti europei, che di fatto hanno riportato in auge il tema della partecipazione alla pianificazione.

⁶ Buona parte di questo paragrafo ed alcuni passaggi di quello successivo costituiscono un estratto del testo di Attili, Cerqua, Ferretti, Sotgia, Uttaro, "Oltre Flatlandia? Incursioni nel campo del possibile", contenuto in Balducci, Fedeli (a cura di), *Esplorazioni della città contemporanea* (titolo provvisorio), Franco Angeli, Milano, in corso di pubblicazione.

Diverse letture dei territori contemporanei pongono l'accento sulla loro frammentarietà e complessità. Ciò che vale per gli spazi urbani contemporanei, caratterizzati da una disomogeneità e strutturazione che non si riesce più a spiegare attraverso gli strumenti "piatti" della geometria euclidea o su binomi certi come centro/periferia e città/campagna, assume valore anche e soprattutto per quei territori considerati marginali nella modernità, esclusi dalle reti urbane degli scambi globali.

La mutazione profonda che hanno avuto nel corso degli ultimi decenni i concetti di urbano e di campagna disegnano nuove geografie – visibili ed invisibili – nelle quali ancora faticiamo a collocarci. Nel primo caso, assistiamo ad un progressivo "sfrangiarsi" della città verso i territori circostanti, determinato non solo e non tanto dall'espansione della forma urbana, quanto soprattutto dalle modalità d'uso legate alle pratiche di vita quotidiane e di appropriazione simbolica di tali spazi (Decandia, c.d.s.). Nel secondo caso, lo scioglimento del profondo legame che connetteva luoghi e comunità è leggibile anche e soprattutto a scala territoriale. La fine della civiltà contadina, con la relativa presa in carico e cura dei paesaggi di cui essa si sosteneva, ha finito per decretare la sovrapposizione delle forme di quei paesaggi con le rappresentazioni di questi, quasi una realtà artificiale mantenuta in vita ed alimentata da un immaginario crescente di una ruralità forse mai esistita, divenuta oggi ormai fonte di benessere per un "uomo urbano che scappa dalla città a caccia di immagini archetipe di un passato che non è più" e che va "alla ricerca di una dimensione più vasta, di contemplazione, di sacralità, di nuovi rapporti con la natura" (Decandia, c.d.s.).

Superata dunque la sola dimensione visiva per decodificare il mondo contemporaneo in rapida trasformazione (Decandia, c.d.s.), ci troviamo di fronte a territori divenuti spazi complementari di uno sviluppo complesso, che fa da supporto a società altrettanto complesse. Una sorta di "spazio-web" in cui non conta più la prossimità territoriale, i confini, la relazione diretta tra comunità locali e uso dei luoghi, ma le qualità (paesaggistiche, ambientali, economiche, di relazione) che questi sono in grado di offrire per attrarre "comunità tribali", legate da passioni e pratiche comuni.

Il legame con i nuovi territori è reso possibile dal diffondersi di valori diversi che, superando i grandi valori moderni della ragione strumentale e del futuro, si attestano su quelli che vengono definiti come *presenteismo* e *localismo* (Maffesoli, 1995). Il sociologo francese sottolinea da molto tempo come uno dei valori emergenti delle nostre società contemporanee sia proprio l'accentuazione del presente, in quella necessità di riappropriarsi ora di quel godimento che un tempo eravamo soliti proiettare nel futuro. In questo senso, l'esistenza stessa degli individui si va configurando come una catena di sequenze, ciascuna con un proprio valore intrinseco, piuttosto che in una linearità storica. Una sorta di concentrazione della storia in uno spazio condiviso con altri. In questo senso si può parlare di localismo, come accentuazione del territorio, come condensazione spaziale di un presente da vivere.

In tale cornice, si sviluppano allora quelle riflessioni tese ad intercettare un 'sentire comune' contemporaneo, delimitando i contorni di un campo sociale che sembra prendere sempre più la forma di "moltitudini" (Virno, 2002), organizzate in "comunità tribali" (Maffesoli, 2000; 2003; 2005). Le popolazioni contemporanee, non più rigidamente classificabili e sempre più sfuggenti a qualunque etichetta normalizzante sembrano essere tenute insieme da "un modo d'essere estetico", attraverso il quale 'sentono' e sperimentano in comune, qui ed ora.

In questa cornice, l'estetica non può più seguire quei criteri del buon gusto elaborati in epoca borghese, ma si afferma "essenzialmente come un vettore di socialità, una maniera di godere insieme di un eterno presente" (Maffesoli, 1996). La massificazione della cultura, del tempo libero, del turismo, del consumo sono la causa ed al contempo effetto di una sorta di contagio affettivo di fenomeni emozionali a dominante "immaginale", che dà luogo a tribalismi esasperati e favorisce l'emanarsi di un immaginario ludico, onirico, collettivo. Non più, dunque, rappresentazioni del mondo individuali, ma fusione di emozioni comuni, integranti una serie di parametri spirituali che funzionano più sulla fascinazione e sulla contaminazione, che sulla moderna e razionale convinzione. Maffesoli sottolinea come il divenire "spiralesco" del mondo sia arrivato oggi a rimettere in circolo valori arcaici, creduti dimenticati ed obsoleti, riattualizzandoli e rideclinandoli attraverso quella fusione ed incontro avvenuto tra elementi premoderni – tribali – e nuove tecnologie. L'irrompere pervasivo di immagini pubblicitarie,

telesive, via web, legata a fattori politici intellettuali, religiosi, industriali, denota la necessità crescente di *mettersi in mostra*. Ed è proprio la tecnologia, che durante la modernità aveva contribuito a disincantare il mondo⁷, a favorirne oggi un reale reincantamento, con la rinascita di un "mondo immaginale", un modo di essere e pensare attraversato dall'immagine, l'immaginario, il simbolico, l'immateriale.

Un clima culturale, dunque, strettamente legato a valori "immaginali": come afferma Maffesoli (2007), prima di solidificarsi in civilizzazione, la cultura è una questione di immaginario.

Il tipico atteggiamento moderno che pensa l'esistenza in funzione di un futuro programmabile attraverso l'impiego della ragione strumentale, che ci indirizza verso un fine prestabilito, va progressivamente annullandosi a favore dei nuovi valori fin qui esposti. L'accentuazione del presente e la fascinazione estetica, però, non sono assolutamente slegabili dal "contesto *market-oriented*" (Sacco, 2002) nel quale siamo immersi. Un ulteriore aiuto alla decodifica di ciò che sta accadendo sembra poter/dover passare attraverso le teorie del marketing: non è forse la pubblicità lo strumento più attento e velocemente aggiornato su bisogni, attitudini, atteggiamenti, desideri e necessità del popolo dei consumatori⁸? L'uso pervasivo della pubblicità ci dà l'illusione di essere liberi, grazie al mercato che ci permette di soddisfare i nostri bisogni per essere felici. Ma il mercato genera una quantità di bisogni e desideri tali che non riusciremo mai a soddisfare, vivendo così angosciati e insoddisfatti, "perché l'aumento del benessere coincide di fatto con un aumento dello spettro dei bisogni riconosciuti, ma non soddisfacibili" (Sacco, 2002). Infatti, "i meccanismi psicologici di produzione di benessere quasi mai passano come aspetto primario della soddisfazione di un bisogno materiale", a meno che questo non sia legato ad esigenze basiche di sopravvivenza: "per la maggior parte degli individui il benessere, la salute psicologica hanno a che fare con un processo che sinteticamente potremmo definire «*processo di produzione di senso*»" (Sacco, 2002). Nella nostra società difficilmente abbiamo a disposizione strumenti per attivare tali processi. Questi piuttosto ci vengono offerti da altri, legati al possesso di prodotti e di requisiti di stili di vita scelti altrove, capaci di produrre un riconoscimento sociale. Eppure, la cultura potrebbe avere un ruolo fondamentale in proposito, in quanto ha da sempre funzionato quale meccanismo per la produzione del senso. L'economia stessa può essere intesa come un fenomeno culturale, in quanto ciò che può essere valutato come economico in una società, non lo è in un'altra. Ne consegue che la capacità di generare valore economico va di pari passo con la capacità di governare i processi di produzione del senso e quindi di "controllare e investire nei processi di produzione culturale" (Sacco, 2002).

Tale ragionamento risulta importante per sfatare il mito della nuova moda del mercato della cultura, ridefinendo le posizioni reciproche tra economia e cultura, ponendo la prima in posizione di dipendenza dalla seconda, pena la profonda limitazione della società della capacità di autodeterminazione degli individui che la compongono. Si dovrà allora lavorare per "svecchiare" un concetto di cultura che, a livello di senso comune, è rimasto fermo all'Ottocento. Ciò potrebbe essere possibile riscoprendo le qualità costitutive dell'essere umano, ridando importanza cognitiva alle emozioni, seguendo ad esempio il pensiero sviluppato da Sen, teso a valutare la misura del benessere di una comunità, attraverso la "capacitazione", piuttosto che basandosi semplicemente sul PIL. Tale termine è inteso come "la

⁷ "Per riprendere il termine "disincantamento" del mondo, che riprendo da Max Weber, secondo cui il divenire razionale del mondo ha reso disincantato il mondo, è evidente che il dispiegamento della ragione ha prodotto il disincantamento del mondo [...]. A me pare che il dispiegamento dell'immagine procurerà un reincantamento del mondo, e che, in un certo modo, quello che noi stiamo per vivere è una nuova mitologizzazione dell'esistenza", afferma Maffesoli nella Conferenza "Il reincantamento del mondo", all'interno del ciclo "La generazione delle immagini", a cura di R. Pinto e M. Senaldi, Milano 1994-95.

⁸ I fermenti in atto sono molteplici: dal marketing emozionale (Abbate, Ferrero 2003), a quello sensoriale, che utilizza i fattori sensoriali (musica, odori, colori, sensazioni tattili e gustative) nei prodotti o nei punti vendita, fino ad un'applicazione delle teorie maffesoliniane del marketing tribale, che si propone di sviluppare tribù di consumatori intorno a beni e servizi, sostenendone i legami sociali (Cova, 2003).

possibilità e libertà di realizzare vite alle quali si possa, a ragion veduta, dare valore” (Sen, 2000), la possibilità di approfittare consapevolmente della propria libertà *positiva*, intesa come possibilità di esprimere al meglio la propria natura, il proprio talento e la propria volontà. Non solo la libertà effettiva dell’individuo è importante, ma anche le occasioni che ad esso vengono offerte per aumentare la propria consapevolezza, per essere in grado di fare scelte ottimali responsabilmente. In tale approccio, uno degli aspetti più rilevanti riguarda la necessità di accesso ad un ampio raggio di *esperienze non strumentali*, che, a prescindere dal concetto economico di utilità, siano capaci di allargare gli orizzonti degli individui, facendo intuire i percorsi per il raggiungimento del massimo benessere possibile per il singolo e di conseguenza per l’intera collettività.

passo tre: attivare relazioni vitali

Come si coniugano tali ragionamenti con le pratiche – culturali ed urbanistiche – di trasformazione del territorio?

Riscoprire l’aspetto dinamico e quotidiano dell’estetica come passione condivisa, incrociato con la necessità di vivere esperienze non strumentali, ci conduce a considerare alcune “effervescenze”, come le definirebbe Maffesoli, quali indizi preziosi per il *planner*. Mi riferisco in particolare ad alcune pratiche creative svolte da artisti in spazi urbani al fine di modificarli⁹, molto spesso in cooperazione con gli abitanti. Si tratta di sperimentazioni, collocate negli interstizi tra diverse istituzioni (sia artistiche, sia amministrative), che nascono da esigenze e processi in atto nel mondo dell’arte contemporanea, sempre più mescolati e indistinguibili da processi di trasformazione sociale.

Sembrerebbe plausibile interpretare tali pratiche come un tentativo, più o meno (in)consapevole, di uscire da un recinto “movimentista” predefinito, per ridefinire appartenenze (se ancora è possibile chiamarle così) e modalità di aggregazione delle persone, legandole piuttosto alla voglia di espressione sensibile dei propri desideri, aspirazioni, bisogni. Lo strumento dell’estetica diventa allora lo sperimentare, l’esprimersi, il riuscire a dire anche se non si è abituati o politicamente collocati in un gruppo definito e riconoscibile. In sostanza, sembra che l’esperienza artistica stia lì come potenziale moltiplicatore di esperienze sensibili, di scoperta e svelamento dei propri bisogni, anche da parte di chi non è classicamente definibile come appartenente a movimenti urbani (Ruggiero, 2000).

Intese come processi culturali, tali pratiche possono svolgere un ruolo importante, perché lavorano intorno alle premesse delle soluzioni tecniche, elaborano idee, mettono al lavoro immaginari, fanno porre interrogativi, sviluppano ipotesi creative non spinte da un’ansia risoltrice dei problemi, quanto da una curiosità esplorativa. Non da ultimo, la cultura agisce come moltiplicatore del raggio di esperienza dei singoli individui (Sacco, 2005), aiutandoli ad uscire da “una vita quotidiana spezzata in frammenti: lavoro, trasporto, vita privata, tempo libero” (Lefebvre, 1968).

Indizi, dunque, che ci permettono di ipotizzare nuove piste di lavoro. Costruire molteplici relazioni tra diverse razionalità – estetiche, logiche, pratiche – lavorando a cavallo tra politiche culturali e urbane, potrebbe aiutare nel costruire quei «*processi di produzione di senso*» necessari e preliminari a qualsiasi decisione?

Una pista, ancora *in fieri*, ci porta verso la costruzione e sperimentazione di quelli che potrei definire “spazi-tempo relazionali” (Bourriaud, 2001): contesti di interazione intermittenti capaci di favorire l’elaborazione di una narrazione collettiva, di produrre dunque cultura urbana.

⁹ Per una trattazione più approfondita si vedano: Lacy S. (1995), *Mapping the terrain. New Genre Public Art*. Bay Press, Seattle. Miles M. (1997), *Art Space and the City. Public Art and Urban Futures*. Routledge, London/NY. Remesar A. (1997), *Urban regeneration. A challenge for public art*. Cer Polis, Barcellona. Scotini M. (2003), *Networking City. Artistic practices and Urban Transformations*. Maschietto editore, Firenze. Per un approfondimento rispetto alle relazioni tra queste pratiche e il planning: Cognetti F. (2003), *Eventi come strategie di radicamento. Politiche di ridefinizione dei territori locali*. Dissertazione di dottorato, IUAV, Venezia; Uttaro A. M. (2006), *La città delle razionalità vitali. Le utopie sperimentali dell’agire artistico contemporaneo negli spazi urbani*. Dissertazione di dottorato, Sapienza Università di Roma.

Moltiplicare le proprie chiavi d'accesso significa allora non pensare alla pianificazione del territorio, e quindi al progetto, solamente come una pratica tecnica capace di dare soluzioni e procedure certe ai problemi, quanto piuttosto immaginarla immersa in un contesto più denso e vitale di relazioni, in cui si possa lavorare intorno alle premesse delle soluzioni tecniche.

Oggi, proprio attraverso i numerosi tentativi di partecipazione degli abitanti alle scelte urbanistiche, si sta andando verso la direzione di una costruzione di un apprendimento collettivo che ci faccia sentire parte dei luoghi in cui viviamo¹⁰. Una delle sperimentazioni possibili può essere cominciare a lavorare nell'ambito delle politiche culturali in maniera sinergica e coordinata con quelle urbanistiche. La necessità di "attivare strategicamente ponti informativi e operativi tra i progettisti e i cospiratori" (Laino), riferita alle pratiche partecipative in urbanistica, moltiplica il suo significato e si apre agli operatori della cultura, intendendo questi in senso ampio, dalle istituzioni di tipo amministrativo (assessorati alla cultura) a quelle di tipo culturale e/o finanziarie (fondazioni, associazioni), alle figure professionali legate al mondo dell'arte (critici, curatori), agli artisti stessi.

Credo sia necessario lavorare sulla costruzione del senso, a partire dagli immaginari che generano progetti e politiche condivise – a cavallo quindi tra politiche culturali e urbane – costruendo molteplici relazioni tra i diversi punti di vista in gioco; mettendo in relazione contesti, soggetti, significati (quindi luoghi, persone, immaginari). Tessere trame per produrre racconti (Sandercock, 2003), che sono visioni, lavorano per (ri)costruire un 'mito' o, molto più semplicemente, un significato, un senso.

Grazie alla costruzione di "spazi-tempo relazionali", intesi come possibilità di dare spazio a processi, luoghi fisici ma anche virtuali, dove sperimentare le relazioni tra pratiche urbane, urbanistiche ed artistiche (e culturali più in generale), può essere possibile favorire l'elaborazione di una narrazione collettiva, secondo modalità tutte da sperimentare.

Come suggestioni ed indizi ispiratori di un percorso tuttora agli esordi ed in costruzione, mi sembra utile far riferimento brevemente ad alcune esperienze che ho condotto recentemente.

1. Il primo caso è un workshop di progettazione multidisciplinare, "*NuoveGenerazioni_formazione di Organismi di produzione culturale*", tenuto dalle artiste artway of thinking, aperto a giovani di ogni disciplina (dalla sociologia, all'economia della cultura, all'arte, alla pianificazione), per costruire insieme visioni sulla vocazione della Ginestra, una vecchia filanda ristrutturata in parte recentemente, dopo trent'anni di un'agonia non ancora terminata. L'edificio, acquisito dal comune di Montevarchi (AR) alla fine degli anni settanta, era stato originariamente destinato a diventare Museo del Territorio. La logica dell'intervento attuale è invece quella della "fabbriche della creatività": magazzini, ex mercati coperti, fabbriche dismesse che ritrovano oggi un nuovo ruolo, divenendo luoghi ideali per la creazione e l'incontro con il pubblico¹¹. Il workshop è stato così uno dei tanti eventi della programmazione culturale del primo anno dei Cantieri la Ginestra (2005), un anno importante, di avvio e definizione delle attività. Chiamate a lavorare su un'indagine preliminare delle risorse socio-culturali del territorio del Valdarno, le *artway* hanno allestito questo workshop per proporre la loro metodologia di lavoro e far incontrare arte e città con approcci multidisciplinari. Il dialogo, la reciproca conoscenza sono state così al centro di una sperimentazione *in progress* che partiva dall'esigenza formativa di un gruppo e di indagine dei luoghi e non dai "dettami" di una mostra. La metodologia, basata sui processi creativi collettivi, ha sviluppato un processo che si è svolto come un percorso che ha messo in stretta relazione il lavoro sul sé operato da ciascun partecipante, permettendo la costruzione di un gruppo di lavoro sinergico, capace di aprirsi poi alle relazioni verso il contesto territoriale. Si è lavorato lungo tre dimensioni parallele: la ricerca di una visione collettiva (visione), il

¹⁰ Per una visione più ampia sugli aspetti che tengono conto anche della complessità tecnologica attuale, mi sembra fondamentale Lévy P. 2002 (1994). *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Feltrinelli. Milano.

¹¹ "Tali strutture hanno dimostrato che, se progettate insieme alle comunità dalle quali nascono, sono in grado di trasformare la vita di un quartiere, attivando processi di valorizzazione e di rigenerazione urbana e territoriale. Sono state sperimentate diverse formule economiche e sinergiche di produzione, che in alcuni casi hanno creato ricerca, progetti e produzione, diventando nel tempo punti di riferimento importanti per la creatività giovanile" (<http://www.cantierilaginestra.org/>).

confronto dei differenti punti di vista di ciascuno (relazione), la partecipazione alla realizzazione di azioni e interventi, secondo ruoli, responsabilità, competenze, capacità e talenti naturali (azione/trasformazione). Procedendo secondo percorsi divergenti, i partecipanti al processo hanno esplorato lo spazio del problema secondo le competenze personali e grazie alla partecipazione della comunità; mediante strade convergenti si è attuata un'elaborazione collettiva, i cui i punti di vista dei partecipanti si sono confrontati ed integrati. Il movimento si è così ripetuto ciclicamente fino alla fine dell'attività progettuale. Una sperimentazione basata sull'imparare facendo esperienza, esercitandosi nella relazione continua con l'altro, una sorta di approccio artigianale basato essenzialmente sull'esplorazione dei concetti di risorsa, cambio del punto di vista, trasformazione degli ostacoli.

2. Sebbene non esplicitamente legato a pratiche di pianificazione territoriale, il precedente esempio è stato uno degli indizi ispiratori dell'idea progettuale di un Urban Center, altrimenti definito Casa della Città (CdC), commissionato dal Comune di Cisterna di Latina (LT)¹². Tale lavoro di ricerca aveva come obiettivo quello di realizzare un meta-progetto di Casa della Città, intesa come luogo di partecipazione cittadina alla trasformazione del territorio urbano, nel senso di generatore di contesti di interazione e comunicazione estetico-relazionale. Tale metaprogetto è stato costruito elaborando degli "spazi concettuali": una sorta di contenitori di idee, attività, metodi, da interrelare e mettere in comunicazione tra loro, fino a formare un significato, un'architettura. La messa in relazione dinamica di tali elementi differenti, che possono essere anche autonomi l'uno rispetto all'altro, si proponeva di riuscire a costruire una sorta di "organismo" funzionante. I principi di struttura e funzionamento di tale architettura ruotano attorno a tre questioni fondamentali:

- *temporaneità/flessibilità*. L'attivazione fisica di questi spazi è stata pensata come temporanea e transitoria; di volta in volta potranno essere scelte le forme più opportune per "attivarli". Potranno essere luoghi riconfigurabili e capaci di adattarsi rapidamente alle diverse istanze progettuali: spazi, risorse, strumenti e materiali non saranno stabili, ma potranno essere facilmente decomposti e ricomposti per sostenere attività differenti e di durata variabile. Per questo la CdC vivrà continuamente in un equilibrio dinamico e adattivo, che le permetterà di accogliere la diversità e il continuo cambiamento degli abitanti e dell'ambiente circostante;

- *reticolarità/simultaneità*. Ogni attività della CdC nascerà dall'attivazione simultanea di uno o più spazi concettuali, in funzione della realizzazione dei progetti, pensati come enzimi capaci di catalizzare continuamente nuove trasformazioni, anche quando il processo progettuale è terminato;

- *auto-rigenerazione/sviluppo*. La CdC funziona secondo un modello metodologico adattabile e riproducibile, che vive finché rimane aperto a nuove relazioni e risorse intellettuali, culturali e materiali; si conserva mantenendo in sé memoria delle sue attività, metodologie applicate, risultati, relazioni; cresce attraverso gli stessi progetti che attiva.

Dunque possiamo considerare la CdC alla stregua di un organismo vivente, flessibile e auto-generante, formato da un insieme di funzioni in grado di interessare e di coinvolgere la collettività in cui essa si trova ad operare.

3. Infine, un ulteriore progetto riguarda "gli osservatori partecipati di paesaggio"¹³, che intendeva lavorare con alcune strutture ricettive sarde attive nel campo dell'accoglienza legata a forme di turismo sostenibile, al fine di renderle soggetti attivi di produzione di paesaggio. Tali strutture, infatti, possono essere intese in

¹² La ricerca è stata svolta, per conto del DAU dipartimento di architettura e urbanistica per l'ingegneria della Sapienza Università di Roma, da De Bonis L. (responsabile scientifico), Uttaro A.M., Sotgia A., Squicciarini L. Per approfondimenti si veda: De Bonis L., Uttaro A.M. (2007).

¹³ Progetto realizzato da ERSAT Sardegna, sotto la direzione scientifica della prof.ssa L. Decandia, università di Sassari, nell'ambito dell'attività della linea tematica "I paesaggi della ruralità contemporanea", inserita nel programma Rural Med II della comunità europea. Per approfondimenti, si vedano <http://www.rural-med.it/> e Decandia L., Uttaro A.M., (2007).

maniera creativa come una vera e propria rete di “luoghi” di osservazione e interpretazione delle forme del paesaggio, “attivatori” di conoscenza, di interpretazione e di riappropriazione creativa. “Luoghi in cui la logica dell’accoglienza possa venir utilizzata, come occasione per creare situazioni e ambienti capaci di stimolare una appropriazione più profonda della semplice fruizione passiva di un territorio e di risvegliare una diversa capacità di comunicare affettivamente, simbolicamente con i propri ambienti di vita” (Decandia, 2007). La presa in carico da parte degli operatori turistici di tali compiti deriva dalla consapevolezza che i paesaggi contemporanei non sono più “prodotti esclusivamente dalle comunità che vivono stanzialmente all’interno in un territorio, ma siano piuttosto costruiti, esperiti e vissuti all’interno di un intreccio di diverse scalarità. Il paesaggio si costruisce non più soltanto per rispondere alle esigenze e alle aspettative di chi lo abita, ma per soddisfare le aspirazioni, i desideri, lo sguardo del viaggiatore che lo percorre” (Decandia, 2007). In questo modo gli operatori stessi delle aziende ricettive potrebbero reinterpretare il proprio ruolo non soltanto in termini di ospitalità, ma anche intesi come cerniere di quella “relazione interattiva che si stabilisce fra viaggiatori, comunità e luoghi, ristabilendo quel rapporto profondo fra economia, cultura e costruzione dell’ambiente che da sempre è stato al centro della stessa costruzione del paesaggio” (Decandia, 2007). La sperimentazione, effettuata nel comune di Santu Lussurgiu (OR), ha coinvolto una sola struttura ricettiva, realizzando una mappa della percezione del territorio del Montiferru del responsabile di tale struttura. Nel mese di messa in campo di tale sperimentazione, gli ospiti della struttura hanno usufruito della mappa per esplorare il territorio, arricchendola con proprie note ed osservazioni. Naturalmente il potenziale di tale operazione è di gran lunga maggiore del piccolo esperimento effettuato sul campo e, se portato avanti con maggiori risorse, potrebbe portare ad una ridefinizione del ruolo culturale nel territorio sia delle strutture ricettive sia della popolazione turistica. Si potrebbero, in ultima analisi, innescare processi creativi e relazionali, capaci di arricchire la conoscenza ed interpretazione dei paesaggi, nonché di dar vita in tali luoghi di scambio a laboratori, di immaginare situazioni di confronto ed eventi creativi e di condivisione. Luoghi, insomma, che si configurino come catalizzatori di stimoli culturali, attivatori di creatività e curiosità, presenti ma assopite in ciascuno di noi, viaggiatore o residente che sia.

Questi piccoli indizi potrebbero esser letti come bagliori ispiratori per il proseguimento dell’esperienza messa in campo ad Asuni, un luogo in cui potenzialità estetiche e relazionali già lavorano sinergicamente e di cui non resta che far maturar ed infine raccogliere succosi frutti.

Bibliografia citata

- Abbate G., Ferrero U. (2003), *Emotional assets. L’innovazione psicolinguistica e l’aumento dell’efficacia in pubblicità*, Editrice Finedit, Milano.
- Alexander Ch. 1975. “A city is not a tree”, in *Architectural Forum*, Vol 122, No 1, April 1965, pp 58-62 (Part I), Vol 122, No 2, May 1965, pp 58-62 (Part II).
- Bourriaud N. (2001), *Esthétique Relationelle*, Les Presses du réel, Dijon.
- Cova B. (2003), *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità nel marketing mediterraneo*, Il sole 24 ore, Milano.
- De Bonis L., (2005), “Dalla partecipazione all’interazione comunicativo-relazionale”, in Di Palma V. (a cura di), *Atti del Convegno La ricerca territoriale a Roma e nell’area romana*, INULazio, Palombi, Roma.
- De Bonis L., (2007), “Interazione vs. decisione?”, in De Bonis L., Uttaro A.M., “Immaginare la trasformazione urbana: gli Urban Center come luoghi di comunicazione estetico-relazionale”, in Monardo B. (a cura di), *Urban Center. Una casa di vetro per le politiche urbane*, Officina edizioni, Roma, in corso di pubblicazione.
- Decandia L., (c.d.s), *Polifonie urbane contemporanee. Oltre i confini della visione prospettica*.
- Decandia L., (2007), “Il progetto «gli osservatori partecipati del paesaggio»”, in Decandia L., Uttaro A.M., (2007).

- Decandia L., Uttaro A.M., (2007), Gli osservatori "partecipati" del paesaggio, in Pizziolo G., Micarelli R., / *paesaggi della ruralità contemporanea*, Alinea, Firenze, in corso di pubblicazione.
- Dewey J., (1951), *Arte come esperienza*, La Nuova Italia, Firenze.
- Fareri P., (2000), "Ralentir. Notes sur l'approche participative du point de vue de l'analyse des politiques publiques", in Söderström O et Al. (a cura di), *L'usage du projet. Pratiques sociales et conception du projet urbain et architectural*, Pajot, Lausanne.
- Harvey D. (1993), *La crisi della modernità*, NET, Milano.
- Laino G., (2003), *Condizioni di efficacia per l'apertura dei processi decisionali*, Napoli.
- Lefebvre H., (1968), *Il diritto alla città*, Padova, Marsilio.
- Lefebvre H., (1976), *La produzione dello spazio*, Mozzi, Milano.
- Maffesoli M., (1995), "Il reincantamento del mondo", Conferenza all'interno del ciclo "La generazione delle immagini", a cura di R. Pinto e M. Senaldi, Milano 1994-95 on line <http://www.undo.net/cgi-bin/openframe.pl?x=/Pinto/maf.htm>
- Maffesoli M., (1996), *La contemplazione del mondo: figure dello stile comunitario*, Costa & Nolan, Genova.
- Maffesoli M., (2000), *Elogio della ragione sensibile*, SEAM, Formello.
- Maffesoli M., (2003), "Estetica comunitaria", in *c:cube, cultura:comunicazione:consumo*, trimestrale di studio e approfondimento n.2, giugno, pp. 143-152, Bevivino, Milano.
- Maffesoli M., (2005), *Note sulla postmodernità*, Lupetti, Milano.
- Maffesoli M., (2007), "L'imaginaire social", on line <http://www.ceaq-sorbonne.org/node.php?id=92&elementid=531>
- Mumford L., (1967), *La città nella storia*, Bompiani, Milano.
- Ruggiero V., (2000), *Movimenti nella città*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Sacco P.L. (2002), "Cultura, produzione di senso e benessere economico" in M. Trimarchi (a cura di), *Il finanziamento delle associazioni culturali ed educative*, Il Mulino, Bologna, pp. 151-166.
- Sacco P.L., (2005), "L'esperienza artistica come esperienza non strumentale", in *Politica culturale e Territorio*, Giornale della giornata di studi patrocinata dall'Università di Firenze, I. G. Valdarnese.
- Sacco P.L., (2006), "Il distretto culturale evoluto: competere per l'innovazione, la crescita e l'occupazione", intervento al convegno AICCON "Nuove dinamiche di sviluppo territoriale. I distretti culturali evoluti", online <http://www.aiccon.it/file/convdoc/sacco.pdf>
- Sandercock L., (2003), "The power of story in planning" in *Cosmopolis II: Mongrel Cities of the 21st Century*, Continuum Intl Pub Group, London.
- Sen A., (2000), *Sviluppo è libertà*, Mondadori, Milano.
- Virno P., (2002), *Grammatica della moltitudine. Per un'analisi delle forme di vita contemporanee*. DeriveApprodi, Roma.

Aspetti istituzionali ed organizzativi nella gestione degli ecomusei – L'esperienza piemontese

Ermanno de Biaggi - Responsabile Settore Pianificazioni Aree Protette Regione Piemonte –
Direttore vicario del Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino

Vorrei cominciare da una considerazione: è la prima volta che vengo ad Asuni, anche se indirettamente ho conosciuto questo territorio grazie alle parole delle mie colleghe che, alcuni anni fa, hanno partecipato proprio qui ad un incontro sul tema degli ecomusei.

Ciò che ho potuto apprezzare maggiormente è stata l'accoglienza riservatami dalla famiglia presso cui alloggio. Non ci sono aggettivi per esprimere la disponibilità e la semplicità nell'ospitare qualcuno in casa propria; tali caratteristiche si possono trovare solo in una realtà autentica come questa che ha una forte consapevolezza delle proprie tradizioni, della propria storia, del legame con il territorio. Tutto ciò appartiene a quel sistema di valori e tradizioni che fa sì che una comunità, in questo caso quella di Asuni, si identifichi con il proprio luogo di provenienza, quello dove ha messo radici.

Il desiderio, l'orgoglio, e la consapevolezza di essere detentori di un patrimonio importante sono percepibili chiaramente e tutto ciò determina una qualità della vita significativa. Certo non ci si può fermare qui; c'è l'esigenza di andare oltre, di rafforzare questa ricchezza culturale, questa capacità di adattamento al territorio, questa creatività nello svolgimento delle attività rurali, e non solo, integrando anche elementi nuovi che possono derivare, ad esempio, dal contatto con altri soggetti: l'emigrazione, ad esempio, può essere importante, certo porta via persone ma le restituisce con l'esperienza di nuove capacità, spesso anche innovative. Si va via, è vero, ma poi si ritorna perché il richiamo del proprio territorio è più forte, è il luogo all'interno del quale si riesce a esprimere maggiormente noi stessi, è il luogo dove si è cresciuti e non si dimentica tanto facilmente. È anche possibile che giungano persone nuove portando altre culture e altre tradizioni integrabili a quelle esistenti. Queste contaminazioni possono essere estremamente proficue, e non è un caso che molte realtà siano ricche di esperienze frutto di commistioni: spesso si è subito l'arrivo di altre tradizioni ma, altrettanto sovente, si è creata l'occasione per valorizzare entrambe le culture. Nella vostra realtà si percepisce questa capacità di dialogo e di elaborazione intellettuale: l'importante è trovare le modalità concrete perché si possa attuare un buon processo evolutivo che dia risultati concreti per le persone che vivono qui.

Quello che stiamo cercando di attuare in Piemonte, proprio grazie all'esperienza degli ecomusei, vuole essere un po' questo. La legge sull'istituzione degli ecomusei nasce nel 1995 e oggi, dopo tanti anni di esperienza, appare superata dal punto di vista concettuale perché punta molto sulla valorizzazione del patrimonio antropologico ma non pone adeguatamente l'accento sul legame tra le comunità e il loro territorio e sul loro ruolo strategico. Con l'evolvere delle progettualità ecomuseali si è capito, inoltre che, per rispondere all'esigenza di sviluppo e di crescita di un territorio, sono necessari la partecipazione diretta della gente e uno sviluppo economico integrato e fondato su concetti di sostenibilità. Tutta l'attività degli ecomusei è orientata a trovare occasioni, strumenti e condizioni perché tutti partecipino alla discussione e all'elaborazione di progetti e idee, senza escludere nessuno: dai bambini fino alle persone più anziane così come le persone che arrivano dall'esterno. Nel pomeriggio Donatella Murtas, coordinatrice dell'Ecomuseo dei Terrazzamenti e della Vite racconterà dell'esperienze di Cortemilia che sta dando ottimi risultati proprio in termini di ricostruzione di un sistema di valori all'interno di un dato territorio.

Essenzialmente l'ecomuseo è un luogo non fisico all'interno del quale una data comunità si trova, discute ed elabora, cioè cerca di ricostruire quel sistema di relazioni tra persone e territorio con particolare interesse allo sviluppo economico e sociale.

Altra caratteristica importante degli ecomusei: non devono essere il frutto di una decisione dall'alto, ma emergere da esigenze locali, da realtà che colgono l'occasione di sviluppare un tipo di progettualità nuova e vantaggiosa per il proprio territorio. Chiaramente la Regione stanziava dei fondi che possono aiutare le singole realtà che appartengono al Sistema Regionale e, attraverso diversi strumenti operativi, svolge un importante compito di monitoraggio e di assistenza, stabilendo linee guida che aiutino a raggiungere gli obiettivi del progetto ecomuseale.

Localmente gli ecomusei dovrebbero rappresentare il mezzo attraverso cui limitare le tendenze spesso accentratrici delle amministrazioni, anzi queste ultime dovrebbero essere proprio uno dei soggetti economici e sociali, rappresentanti del territorio, che devono portare la propria esperienza, la propria voce e le proprie istanze.

Certo il soggetto gestore di un ecomuseo può essere rappresentato da un comune, o da altro soggetto politico, ma questo deve farsi interprete di un processo partecipato e non di un ulteriore strumento di controllo del territorio.

È evidente che per poter lavorare in questa direzione non bastano le parole: bisogna realizzare progetti concreti, sia culturali sia di sensibilizzazione, cercando di orientare i processi economici già presenti verso concetti di sostenibilità ambientale e sociale dando risalto alle economie locali e agricole, fondamentali per garantire sul territorio la presenza delle persone. Non sono le grandi produzioni a risolvere i problemi locali; è la capacità di valorizzare le specificità che ci sono sul territorio e che garantiscono la conservazione del territorio stesso, valorizzano le professionalità che già ci sono e che creano reddito.

Sempre dal punto di vista economico, occorre sviluppare filiere di commercializzazione che non siano troppo lunghe perché altrimenti si corre il rischio coinvolgere soggetti che non hanno niente a che fare con il territorio e che perseguono logiche economiche che potrebbero distruggere le produzioni tipiche locali. È importante che la commercializzazione dei prodotti avvenga anche a livello locale oltre che all'esterno. La globalizzazione dei mercati può essere infatti distruttiva e contraddittoria rispetto a certe politiche di sviluppo locale e noi, nel nostro piccolo, cerchiamo di introdurre percorsi che vadano in questa direzione.

La dimostrazione del carattere innovativo del progetto ecomuseale non la danno soltanto le realtà marginali, periferiche come quelle montane, ma anche quelle che si trovano in un contesto urbano. È quanto sta succedendo a Torino dove, dal 2004, si sta sviluppando un progetto ecomuseale che è nato proprio dalle circoscrizioni, dalle persone che vivono sul territorio e che hanno sentito la necessità di avere una dimensione in cui ritrovarsi, partecipare a iniziative nuove che si staccassero da quelle già intraprese e volute, in un certo senso, "dall'alto". Come è successo in occasione delle Olimpiadi 2006 quando è stata creata una struttura denominata "Atrium" che fungesse, per i turisti, da "palcoscenico" di Torino. Cosa mostrare ai visitatori è stato però deciso senza interpellare i cittadini e infatti i torinesi non si sono sentono raccontati in quel posto. La città si rappresenta altrove: nelle strade, nei bar, nei negozi, nei mercati, nelle viuzze dove la gente si può incontrare o nelle varie manifestazioni culturali.

Al contrario l'ecomuseo urbano ha messo a disposizione degli strumenti, come ad esempio le mappe culturali, attraverso cui il patrimonio è stato interpretato e trasmesso all'interno delle circoscrizioni: sono stati coinvolti tutti, emigrati compresi, e sono stati individuati luoghi fisici e non fisici, spazi e territori mentali e in cui le persone si sono riconosciute. Si sono ritrovati a essere, in una parola comunità.

Il distretto culturale, di cui si parla molto in questi ultimi tempi, se calato dall'alto rischia di essere un altro progetto pilotato da amministrazioni pubbliche che rischia di non avere nessuna ricaduta reale, nessun beneficio né economico né culturale sul territorio. I processi che da un punto di vista culturale ed economico possono aumentare quell'orgoglio locale di chi si riconosce in un determinato territorio, non possono che nascere dal basso; l'amministrazione pubblica li deve solo aiutare tecnicamente e sostenere economicamente. Un lavoro di assistenza è infatti indispensabile, ma non deve essere invasivo e non deve condizionarne il percorso. D'altra parte ogni ecomuseo dovrebbe essere in grado, a un certo punto, di camminare con le proprie gambe, ovvero di sostenere la propria attività anche con fonti di finanziamento che integrino quelle regionali. La Regione Piemonte investe molto sugli ecomusei soprattutto rispetto ad altre Regioni. Il capitolo di bilancio creato per finanziare il Sistema Regionale conta circa 4 milioni e mezzo di euro da distribuire tra 17 ecomusei, da poco diventati 25. Queste risorse dovrebbero servire per i progetti ecomuseali soprattutto nella loro fase iniziale e per coprire le spese di gestione (la legge 31/95 è infatti l'unica a finanziare tale voce di spesa); non dovrebbero sostituire o diventare alternative ad altre fonti che dovrebbero attivarsi a livello locale o attraverso gli altri canali ordinari di finanziamento. L'ecomuseo non è una realtà istituzionale nuova, noi vogliamo che sia un processo e per esser tale è fondamentale la presenza di un buon coordinatore. Noi consigliamo sempre, per questo ruolo, di individuare persone del luogo riconosciute e legittimate dal territorio stesso. È proprio ciò che fa Donatella Murtas a Cortemilia, dove gli abitanti si attivano e si muovono direttamente. Non inventiamo nuove realtà istituzionali, nuovi carrozzoni, cerchiamo di costruire un percorso all'interno del quale un luogo, una comunità trovano il modo di avere voce e farsi sentire. Questo è quello che cerchiamo di fare. Grazie

LE MARCHE, UNA REGIONE AL PLURALE: dal Museo Diffuso ai Distretti Culturali

La particolare orografia del territorio condiziona il modo di essere della Regione Marche. L'interno della Regione è caratterizzato dalla presenza di catene montuose, che la separano dall'Abruzzo, dal Lazio, dall'Umbria, dalla Toscana e dalla Romagna. Si tratta di cime di notevole altezza che, nella parte più meridionale, raggiungono i 2.500 metri. Da queste montagne si diparte una serie di valli, in cui scorrono le acque di fiumi e torrenti, che giungono sino al mare Adriatico. Questo sistema di corsi d'acqua e valli è separato da colline che rendono particolarmente difficoltosi i collegamenti. L'unica zona che li favorisce è la stretta striscia di terra prospiciente il mare. Ed è proprio in questa zona che sono state realizzate la linea ferroviaria, la strada nazionale Adriatica, l'autostrada di collegamento nord-sud, con l'impatto ambientale immaginabile. Evidenti sono le conseguenze di questa struttura del territorio: estreme difficoltà di collegamenti tra le varie zone, rilevante tendenza al municipalismo e al localismo, limitata capacità di organiche forme di collaborazione, impossibilità di creare strutture e centri di servizio in grado di porsi come punto di riferimento per una realtà più vasta dell'ambito strettamente cittadino.

Va evidenziato un altro elemento caratterizzante la situazione delle Marche, e cioè la mancanza di un centro urbano di rilevanti dimensioni capace di porsi come punto di riferimento e di aggregazione per tutta la realtà regionale. Non vanno sottaciuti nemmeno gli aspetti positivi di questa particolare realtà, che ha determinato la singolare attitudine di numerose zone della Regione a sviluppare formidabili capacità e inventiva in determinati settori produttivi, favorendo il sorgere di una serie numerosa di distretti industriali. Un altro elemento che caratterizza la condizione al plurale della Regione Marche è rappresentato dalle profonde differenze linguistiche, sociali e storiche tra le varie zone della Regione. Così, mentre nella parte nord c'è una particolare vicinanza e quasi omogeneità con la contigua Romagna, nella parte centrale si individuano probabilmente gli elementi più propri di un'autonoma entità marchigiana. Nella parte sud, invece, tendono a prevalere delle caratteristiche abbastanza divergenti con quelle tipiche marchigiane. D'altronde, anche lo stesso capoluogo di regione presenta degli aspetti alquanto differenti rispetto a quelli delle altre zone della regione, frutto probabilmente della particolare posizione sul mare, delle origini doriche, delle attività economiche prevalentemente svolte nel settore del commercio e dei traffici marittimi. È evidente che questa particolare condizione ha determinato anche la definizione al plurale della Regione che viene indicata con il termine "le Marche".

Se nel campo della produzione di manufatti questa condizione "al plurale" non ha prodotto conseguenze negative, consentendo una efficace specializzazione produttiva nelle varie zone del territorio, per quanto riguarda la promozione dell'immagine della Regione come entità unica ai fini dello sviluppo del turismo e della valorizzazione di tutte le risorse culturali, si sono evidenziati aspetti di negatività e di criticità abbastanza rilevanti. Non è stato facile, infatti, effettuare un'efficace azione di marketing, anche se talvolta si è tentato di basare quest'ultima proprio su questa condizione "al plurale". D'altronde va evidenziato che, sovente, le risorse culturali del territorio, pur numerose e pregevoli, sono diffuse in tutta la Regione in centri spesso di piccolissime dimensioni, che da soli non hanno la forza di attrazione per promuovere correnti di turismo e di visitatori particolarmente elevati. È nata, quindi, l'esigenza di creare un sistema per mettere in rete tutte queste piccole realtà onde consentire una efficace azione promozionale idonea a favorire la forza attrattiva del territorio.

È stata proprio questa l'idea fondante del progetto "Museo Diffuso", che la Regione Marche ha lanciato approvando una specifica legge. Il "Museo Diffuso" comprende le raccolte e i musei di enti locali e di interesse locale presenti nelle Marche ed è organizzabile in un sistema operativamente unitario. Il sistema è articolato per ambiti sub-regionali ed è fondato sull'autonomia dei singoli soggetti aderenti. Il "Museo Diffuso" tende ad assicurare livelli minimi qualitativi e quantitativi delle strutture coinvolte. La Regione opera d'intesa con gli enti locali. È riconosciuta l'importanza delle forme associative. La Regione favorisce la costituzione e il funzionamento delle strutture che aderiscono al sistema. È previsto, inoltre, il coinvolgimento dei privati per le attività non di rilevanza pubblica. La Legge Regionale del 24/03/1998 n. 61 stabilisce preventivamente anche

quali sono gli obiettivi di fondo che si intendono conseguire con la realizzazione del “Museo Diffuso”. Gli stessi si possono così sinteticamente indicare:

- tutela e valorizzazione del patrimonio culturale;
- salvaguardia delle raccolte per garantire l'integrazione funzionale e lo sviluppo dei musei locali pubblici e privati.

La regione e gli enti locali operano per porre i musei locali in condizione di:

- conoscere, conservare e valorizzare le raccolte;
- conoscere e far conoscere entità, ubicazione, caratteristiche e stato di conservazione dei beni culturali pertinenti al proprio territorio e i fattori di rischio a cui sono esposti;
- effettuare interventi diretti alla salvaguardia, conservazione e valorizzazione dei beni culturali pertinenti al proprio territorio, assicurandone la tutela e la pubblica utilizzazione;
- promuovere itinerari di visita ed attività informative e didattiche.

Da quanto sopra esposto si comprende come attraverso questa normativa si ipotizza una funzione attiva delle strutture museali esistenti nel territorio, non più votate alla sola conservazione ed esposizione di oggetti d'arte, bensì come soggetti attivi impegnati nella tutela, salvaguardia e conservazione dei beni culturali. Ma questa funzione non si limita semplicemente alla tutela dei beni custoditi nei musei, prevedendo, invece, una attenta individuazione di tutti i beni culturali pertinenti al territorio di competenza al fine di assicurarne la tutela e la pubblica utilizzazione. Per rendere più efficace l'attività di questi musei la legge, poi, prevede che questi debbano promuovere anche itinerari di visita e attività informative-didattiche anche attraverso l'apporto delle organizzazioni di volontariato, sì da consentire la conoscenza dell'intero patrimonio culturale diffuso sul territorio regionale. Sono evidenti gli elementi di novità di questa normativa. Sono altresì chiaramente percepibili le difficoltà che oggettivamente possono condizionare l'attività di strutture museali sovente di piccolissime dimensioni e quindi non dotate di particolari mezzi e professionalità per svolgere funzioni tanto complesse. Un tentativo di superamento di queste difficoltà può essere fornito dalla creazione di forme di consorzio o collaborazione tra musei di territori limitrofi per creare la massa critica in grado di consentire il superamento delle difficoltà stesse. Risposte che in realtà in alcune zone della regione sono state fornite. Si possono citare ad esempio la creazione del sistema museale nella zona di Ancona o la creazione del sistema dei Musei Sistini nella provincia di Ascoli. Pur ciò stante bisogna riconoscere che permangono rilevanti elementi di criticità.

Infatti, bisogna prendere atto che sovente, specie nei musei realizzati nei comuni più piccoli, il numero di visitatori è talmente esiguo da non giustificare l'applicazione di unità lavorative addette alla gestione del museo stesso, che, pertanto, rimane un deposito di oggetti d'arte, visitabile occasionalmente chiedendone il permesso ad operatori applicati ad altri servizi. Quindi si può concludere che, se da un punto di vista ideale, la proposta di un “Museo Diffuso” appare particolarmente interessante, all'atto pratico probabilmente non ha prodotto tutti i risultati positivi che si potevano attendere.

Forse andrebbe fatto un passo ulteriore e passare dalla valida idea del “Museo Diffuso” a quella del “Distretto Culturale”. In questo caso non si pone attenzione solo agli oggetti d'arte e ai beni culturali esistenti sul territorio, ma, definiti i confini del distretto, si creano le condizioni per la realizzazione di un sistema integrato di sviluppo del territorio, che si pone l'obiettivo di tutelare, valorizzare e rendere fruibili tutte le risorse culturali territoriali, che comprendono il patrimonio storico, artistico ed architettonico, quello naturalistico e quello antropico, in cui sono compresi l'universo delle tradizioni, il mondo dell'artigianato, le eccellenze dell'eno-gastronomia e dell'agroalimentare, oltre al vasto mondo delle manifestazioni. Come si può ben comprendere, si tratta di una realtà complessa e variegata.

La realizzazione del “Distretto Culturale” presuppone, peraltro, l'accettazione di un impegno di lungo termine, una mentalità innovativa, una predisposizione alla creatività, la capacità di accettare idee e proposte differenti e quindi l'attitudine alla tolleranza.

La creazione del “Distretto Culturale” consente la realizzazione di una filiera produttiva e di una serie di attività, di cui è favorita la sopravvivenza economica stante la realizzazione di economie di scala.

L'elemento che probabilmente rende più interessante la proposta del "Distretto Culturale" è rappresentato dall'efficace azione promozionale, che la creazione di una caratterizzante e specifica "immagine" del territorio, resa possibile dalla realizzazione del Distretto, favorisce. È questo un ulteriore valore aggiunto che, probabilmente, crea le condizioni per rendere economicamente valide delle iniziative che forse, in un altro contesto, sarebbero condannate all'insuccesso.

Una bibliografia essenziale :

Marche Museo Diffuso. Atti del Seminario. Camerino 20.06.1996-I quaderni del Servizio Beni e Attività Culturali della Regione Marche -Assessorato alla Cultura.

Piano Regionale per i Beni e le Attività Culturali .Regione Marche . Ancona ottobre 1999

Pietro A.Valentino e altri. La storia al futuro, Beni Culturali, specializzazione del territorio e nuova occupazione. Firenze Giunti 1999.

Pietro A. Valentino. Le trame del territorio. Politiche di sviluppo dei sistemi territoriali e distretti culturali. Sperling & Kupfer 2003 .

CULTURA E SVILUPPO ECONOMICO: IL CASO DELLA FILIERA CINEMA-TELEVISIONI E PRODOTTI MULTIMEDIALI DI BOLOGNA

Asuni 21-22 Aprile 2007

*Sergio Maccagnani
PromoBologna*

Questo contributo rappresenta la sintesi di diverse indagini e dibattiti che in questo ultimo anno hanno interessato il territorio bolognese circa il tema del rapporto fra cultura, economia e sviluppo economico-territoriale legato al settore culturale.

Quando si parla del tema dello sviluppo culturale di un territorio, la prima questione da affrontare è quella del possesso di una chiave analitica e interpretativa che consenta la chiarezza di un linguaggio comune. In merito ai temi di questa iniziativa, ci troviamo in presenza di diversi ambiti di discussione, i quali a volte si confondono e si intersecano e a volte si sovrappongono. A volte ci si riferisce infatti ad un concetto di distretto culturale proprio dell'accezione tipica degli economisti industriali, ovvero all'aggregazione di attività nel campo della cultura che rappresentano un insieme di attività imprenditoriali le quali contribuiscono alla ricchezza del sistema locale non solo per il valore culturale delle iniziative, ma anche per il volano economico che generano. Un'altra chiave di lettura, espressione di un approccio più ampio al tema collegato alle politiche di sviluppo del territorio, è il concetto di identità territoriale. In questo caso, ci si riferisce all'identità di un territorio espressa dall'insieme dei soggetti che vi operano e dall'insieme delle conoscenze e della cultura che vengono espresse, e che possono essere valorizzate proprio per sostenere e promuovere sviluppo. Questi sono esempi volti a mostrare come si tocchino soggetti e contesti diversi, richiamati, appunto, per segnalare che se si parla di questi temi con obiettivi di policy si rivela fondamentale avere chiaro l'ambito di riferimento e la scelta delle priorità. Bisogna quindi definire se l'obiettivo è "dare identità culturale al territorio", oppure se si vuole lavorare per verificare l'esistenza o la possibilità di sviluppo di un vero e proprio "distretto culturale" che possa rappresentare un possibile obiettivo di crescita economica diventa un indispensabile elemento di chiarezza.

Nel caso dell'identità e della cultura del territorio si tratta di lavorare sulla storia e su punti che possono esprimere un'identità culturale di sistema, mentre nel secondo caso si assiste di solito a progetti di riqualificazione territoriale che puntano a mettere insieme le vocazioni esistenti per favorire nuove iniziative e uno sviluppo sostenibile del territorio anche in settori collegati alla produzione culturale.

La domanda a cui rispondere è come individuare un'identità culturale che sia strumento di valorizzazione per il territorio e di qualificazione di aspetti peculiari su cui puntare per un futuro economico e sociale basato sulla conoscenza.

Il tema è tutt'altro che facile e diversi sono i rischi a cui spesso si rischia di imbattersi. Se è vero che ormai tutti abbiamo introiettato la percezione dell'importanza di puntare ad un futuro basato sull'*economia della conoscenza* rispetto ai distretti manifatturieri - a causa della concorrenza da parte di paesi a basso costo del lavoro - troppo spesso ci si concentra eccessivamente sui "titoli" e sui contenitori, che vengono riempiti troppo velocemente in modo indistinto e semplificato, perdendo le opportunità aperte realmente da questa nuova fase competitiva. C'è invece un forte bisogno di declinare il tema dell'economia della conoscenza e della identità culturale riempiendolo di contenuti e di progetti concreti onde evitare il rischio di rimanere nella fase degli slogan o peggio ancora a quella dei contenitori vuoti, mentre altrove si saranno raccolte sfide e opportunità reali di sviluppo.

E' con questa premessa concettuale che PromoBologna, Agenzia di Marketing territoriale di Comune, Provincia, Camera di Commercio di Bologna, ha deciso di effettuare nel corso del 2006 una ricognizione delle imprese appartenenti alla filiera cinema-televisioni-prodotti multimediali nell'area metropolitana bolognese.

La rilevanza e il peso ormai indiscusso dell'economia della conoscenza e della creatività riconosciuta ormai a livello internazionale ha indotto PromoBologna a valutare la possibilità di considerare il settore cinema&multimedia come un settore emergente dell'economia locale, cercando di verificare sul campo l'esistenza di un distretto culturale-produttivo al fine di mapparne potenzialità, punti di debolezza, possibili azioni per lo sviluppo e la promozione di questo settore.

Da un punto di vista dell'identità lo studio è partito da alcuni fattori che segnalano la rilevanza delle tradizioni e della cultura nella vita sociale e produttiva degli attori sociali individuali e collettivi che operano nel territorio bolognese fra cui:

- ✓ il ricco patrimonio di produzioni cinematografiche prodotte a Bologna dal dopoguerra ad oggi, firmate da importanti registi come Pupi Avati, Pier Paolo Pasolini, Federico Fellini, Giulio Chiesa, Gabriele Salvatores e Michele Placido.
- ✓ la forte propensione dei bolognesi ai consumi culturali (circa il 60% dei cittadini di Bologna si dichiara un consumatore culturale, anche se con diversi gradi di partecipazione¹).
- ✓ La presenza a Bologna della Cineteca, che con oltre 18.000 pellicole cinematografiche in 35mm e 16mm, una biblioteca con 20.000 libri, la gestione e la programmazione di 4 sale cinematografiche, la promozione di numerosi festival e la presenza di una scuola di restauro, il riconoscimento internazionale per il restauro e la conservazione di film rappresenta senza dubbio il punto di riferimento Bolognese per la diffusione di prodotti e iniziative creative tese a sviluppare le potenzialità di tanti giovani artisti locali.
- ✓ La presenza di una Film Commission Bologna e di una Film Commission Emilia Romagna, quest'ultima la prima ad essere stata creata in Italia.
- ✓ La presenza a Bologna di diverse eccellenze nel campo della formazione e della ricerca. In primis l'Università con il DAMS che ha attivato una serie di corsi e di Master nel campo del cinema e del multimediale; l'Aster che è un Consorzio tra Regione Emilia-Romagna, Università, Enti di Ricerca e Imprese la cui mission è quella di sviluppare servizi e progetti atti a promuovere la ricerca industriale, il trasferimento tecnologico e l'innovazione del tessuto produttivo dell'Emilia-Romagna); il Cineca, uno dei centri di calcolo più importanti d'Italia che opera nel settore del trasferimento tecnologico; infine la Regione Emilia Romagna che svolge un ruolo di primo piano nell'incentivare lo sviluppo di questi settori attraverso veri e propri progetti sulle reti e sulla creatività. In totale sono stati censiti a Bologna **3 corsi di laurea** e più di **cinque master** nel settore multimediale dell'entertainment organizzati dall'Università di Bologna; la scuola di Ermanno Olmi, "**Ipotesi Cinema**", fondamentale per preparare giovani autori e critici cinematografici; un **corso di alta formazione** per sceneggiatori

¹ Da "I Consumi culturali nella Provincia di Bologna", un'indagine del MEDEC (il Centro Demoscopico metropolitano della Provincia di Bologna, effettuato nel 2006. In particolare la ricerca divide i consumatori culturali fra gli affluenti, gli espressivi, i consumisti e gli anonimi

a cura dell'Associazione Lus; oltre **15 corsi** per professionalità intermedie per il settore cinema e per il multimediale organizzati da strutture pubbliche e private

Il passo successivo è stato quello di definire l'ambito della ricognizione. Siamo partiti da una prima classificazione, per così dire istituzionale, delle attività che sono comprese nel termine cultura. Abbiamo così distinto fra: beni culturali, spettacolo dal vivo (musica, lirica, teatro), industria culturale (editoria libraria, audiovisivi e multimediale, cinema, televisioni), istituzioni culturali e amministrazioni, formazione artistica e relazioni con l'estero. La soluzione adottata è stata quella di concentrare l'attenzione sull'industria culturale analizzando tre filiere specialistiche che sono state successivamente considerate in maniera sistemica visti gli intrecci, le relazioni, gli scambi e le frequenti sovrapposizioni: la filiera che comprende la produzione di *film, documentari e video*, quella che considera le *televisioni locali* e quella che considera *i prodotti multimediali*, intendendo per multimediale un prodotto che integra, in formato digitale, le diverse forme in cui l'informazione può essere codificata, coinvolgendo più media e che permette l'interazione fra persone o tra enti e persone, usando in parallelo o in alternativa trasmissioni di immagini, suoni, dati (come sta accadendo nelle esperienze di comunità virtuali) ed escludendo in tal modo le imprese che si occupano più strettamente di ICT.

È stato così possibile riscontrare nell'area metropolitana bolognese la presenza di 150 imprese circa, oltre a più di 100 professionisti che operano su questo territorio e che collaborano con le realtà imprenditoriali locali a seconda dei progetti da realizzare e ad un vasto patrimonio di Associazioni e strutture dedicate.

Dalle interviste e dalle informazioni raccolte sono emerse le seguenti caratteristiche:

- ✓ Un tessuto di piccole e medie imprese, nella maggior parte dei casi guidate da 3-4 soci operativi, spesso con competenze diverse, che però a seconda dei progetti riescono ad attivare da un minimo di 5 ad un massimo di 30-40 professionisti
- ✓ Una specializzazione delle imprese della filiera cinema nella produzione di video e documentari
- ✓ Una specializzazione delle imprese della filiera multimediale nella fornitura di prodotti e servizi per la comunicazione
- ✓ Un mercato di riferimento nazionale delle imprese della filiera (tranne le televisioni)
- ✓ La presenza sul territorio di tecnici specializzati in tutte le fasi necessarie alla realizzazione di film o di un prodotto multimediale
- ✓ Una stretta relazione fra le imprese censite con le Istituzioni e i Centri di ricerca del territorio non solo per i contenuti e i prodotti ma anche per risorse umane che le imprese possono facilmente reperire e valorizzare dall'Università di Bologna
- ✓ Il ruolo fondamentale delle Istituzioni, da un lato per le imprese del cinema grazie alla Cineteca, e dall'altro per le imprese del multimediale come punto di eccellenza nell'utilizzo e nell'incentivare la diffusione di prodotti/servizi/tecnologie multimediali.
- ✓ La presenza di 22 festival dedicati a diversi ambiti. Da quelli legati all'innovazione tecnologica come il Future Film Festival (il più importante festival dedicato all'animazione e agli effetti speciali, giunto ormai alla decima edizione) che nell'edizione 2007 ha visto più di 30.000 presenze, **Netmage** (Festival dedicato alle arti elettroniche) giunto alla 8 edizione e **Fair Play Games**, si passa ai festival riconosciuti a livello nazionale e internazionale sui generi come **Gender Bender** e **Immaginaria**, ai festival dedicati al documentario e al sociale come **Biografilm**, **Human Rights Nights Festival** (Festival di cinema

e arti dedicato ai diritti umani) giunto ormai all'ottava edizione e che nel 2006 ha visto la presenza di oltre 8.000 spettatori e il **Corto Imola Festival**, ai festival promossi dalla Cineteca come **Officinema** (festival sul cinema del futuro, sui cineasti e sulle produzioni di domani, rappresenta la sede ideale per conoscere le migliori opere realizzate nelle scuole di cinema europee ed esaminare il vasto universo costituito dalle produzioni indipendenti), **il Cinema Ritrovato** (festival che ospita alcuni dei maggiori restauri internazionali, retrospettive dedicate a periodi chiave nella storia del cinema muto e sonoro), **le Parole dello Schermo** (festival iniziato nel 2005 dedicato all'intreccio fra cinema e letteratura), **Sotto le Stelle del Cinema** (Rassegna estiva della Cineteca che presenta capolavori del cinema restaurati e in lingua originale).

Al di là di questi aspetti alquanto specifici, abbiamo rilevato tre fattori che rappresentano per il nostro territorio gli elementi principali di competitività e di attrattività del nostro territorio e che meritano quindi una valorizzazione e una promozione al di fuori dei nostri confini:

La creatività di Bologna. Numerose sono le esperienze innovative che sono nate e si sono sviluppate in questo territorio (nel cinema si veda l'esempio dell'ITC Movie, di Arancia Film, della Beka Film, di The Culture Business prima società italiana ad occuparsi dell'organizzazione di eventi legati al cinema, le prime esperienze delle telestreet e delle televisioni di condominio, Orfeo Tv e Teletorre19; nel multimediale l'esperienza della Swan Film Europe, di Koala Games e della Horizons Unlimited che hanno saputo applicare le nuove tecnologie a settori diversissimi come l'arte, la cultura, il sociale, l'urbanistica). Bologna vanta inoltre un ricco contributo di sceneggiatori (non è un caso il trasferimento del premio Solinas da Roma a Bologna). I numerosi progetti in cantiere da parte delle imprese e delle istituzioni stesse intervistate, infine, dimostrano chiaramente come la creatività, considerata oggi come uno dei più importanti fattori competitivi di un'economia fondata sulla conoscenza, possa essere riconducibile non solo a singole imprese e personalità ma ad un territorio nel suo complesso, favorendo la nascita delle cosiddette economie esterne positive, tipiche dei distretti industriali.

Gli stretti legami fra Istituzioni, strutture formative e imprese. La creatività del nostro territorio si è potuta e si può sviluppare grazie ad un contesto favorevole in cui le Istituzioni e l'Università giocano un ruolo importante sotto l'aspetto dell'impulso verso le nuove forme della comunicazione e dei linguaggi e dall'altro lato nel creare delle professionalità adeguate e competenti a guidare questo processo di trasformazione che sta vivendo la nostra economia.

Il trasferimento costante delle innovazioni di prodotti e di servizi a tutto il sistema economico locale. Un ambiente creativo è un terreno di scambio di conoscenze. La condivisione della conoscenza permette la sua moltiplicazione e trasmissione in altri settori. La cultura e la creatività creano quindi un contesto territoriale che lega i soggetti appartenenti tra di loro e che attraverso la interazione con "soggetti" esterni può favorire lo sviluppo del comparto imprenditoriale locale.

La ricognizione ha quindi verificato l'esistenza di molti fattori dai quali emerge come Bologna presenti un'identità culturale forte e l'esistenza di un vero e proprio distretto

culturale del cinema e del multimediale, più che delle tv locali dove il contesto nazionale costituisce un limite per lo sviluppo delle stesse².

E qui si innesta il ruolo di un'Agenzia di marketing territoriale, fondamentale per il contributo nel mettere a sistema tutti i soggetti che possono contribuire alla definizione e all'implementazione di progettualità per il consolidamento e lo sviluppo del settore.

Le tre filiere presentano diversi punti d'incontro, ma allo stesso tempo problematiche distinte. A volte ci siamo trovati di fronte ad una tendenza delle imprese, diversa a seconda delle filiere, delle fasi e dei tipi di prodotti, ad operare in modo individuale. Spesso abbiamo riscontrato l'esigenza di instaurare contatti e relazioni con altre realtà e imprese estere al fine di rendere i prodotti realizzati più forti sul mercato internazionale, ma allo stesso tempo la mancanza di capacità di tipo manageriali necessarie per questo tipo di attività.

Talvolta ci è stata sottolineata la ristretta capacità del territorio di attrarre fondi e produzioni (in questo caso risultano indispensabili il ruolo e gli incentivi offerti dalle Film Commission per esempio per attrarre nuove produzioni di film, di soap opere, di miniserie televisive) così come la mancanza sul territorio di case di distribuzione di rilevanza nazionale e la carenza di alcuni servizi necessari per la realizzazione di grandi produzioni (pensiamo alla ricettività degli alberghi a Bologna che in molti periodi dell'anno sono pieni in concomitanza con le manifestazioni fieristiche)

I nodi da risolvere, nel nostro caso, sono stati quindi due.

Da un lato si è trattato di capire, dato il contesto, quali azioni, quali strumenti si potevano ideare e sviluppare per concretizzare le tante proposte presenti sul territorio e per favorire l'enorme creatività che lo attraversa, cercando allo stesso tempo di sopperire alle mancanze, ai nostri punti di debolezza e consapevoli dei limiti rispetto ad altri territori.

Dall'altro lato quali attori bisognasse coinvolgere in questo percorso.

E fin da subito è stato evidente come non fosse opportuno ragionare in maniera divisa per settore e soggetto ma fosse invece necessario pensare e dare vita ad una politica strategica in cui coinvolgere tutti gli attori e i soggetti, le imprese, le Film Commission, le Istituzioni, le Agenzie e le Associazioni. Si trattava quindi di pensare ad una serie di azioni mirate e di sistema che facessero parte di una strategia più generale volta allo sviluppo e alla valorizzazione di questi settori ritenuti strategici per il futuro della nostra economia.

Sono così state avanzate diverse proposte operative da parte dell'Agenzia, basate soprattutto sulla necessità di dare un nuovo slancio a questo settore dove il valore cognitivo umano diviene potenzialmente la risorsa produttiva primaria che consente la generazione di valore economico del tessuto imprenditoriale anche in termini di vantaggio competitivo. Due sono le priorità sulle quali si è iniziato un confronto con i soggetti pubblici e privati del territorio:

- ✓ il potenziamento della politica di attrattività del territorio, incentivando i registi a scegliere il territorio come location per i film, al fine di creare le condizioni per un marketing del territorio e turistico che abbia effetti e ricadute economiche positive su tutto il territorio e che possa permettere una stabilizzazione professionale e territoriale delle figure professionali di cui disponiamo. Per esempio una recente indagine presentata durante la Mostra del Cinema di Venezia del 2006 dal titolo "Le produzioni cinematografiche, il turismo e i territori" ha evidenziato come la percentuale di chi ha affermato di essere

² Dalle interviste è emersa una forte preoccupazione delle tv locali in merito alla loro sopravvivenza a causa del processo in atto per cui il duopolio televisivo nazionale, in prospettiva del passaggio al digitale, sta comprando tutti i canali delle tv locali che non hanno le risorse necessarie per lo switch over.

stabilemente influenzato dai film nelle scelte di vacanza si attesta attorno al 4%³, una percentuale senza dubbio alta in quanto riferita al numero totale di turisti italiani. Ma ancora si potrebbero citare le enormi ricadute positive indirette sull'economia locale (si calcola che il circa il 30% dei costi necessari alla realizzazione di un prodotto audiovisivo rimangano sul territorio di produzione).

- ✓ il consolidamento e il potenziamento del sistema Festival e del sistema formativo locale. Grazie all'ospitalità del territorio, A Bologna è possibile ogni mese scoprire e vivere le emozioni di un festival legato al cinema e al multimediale. Riuscire a mettere a sistema, in un'ottica di promozione turistica, le bellezze storiche, artistiche e culturali di Bologna con gli eventi che ci sono, potrebbe accrescere l'attrattività del nostro territorio. Inoltre un potenziamento del sistema formativo nella direzione di fornire maggiori competenze manageriali e di relazioni internazionali potrebbe costituire un incentivo reale per un ulteriore consolidamento e sviluppo delle imprese che operano nella nostra area.

Oggi siamo nella fase di discussione per la realizzazione operativa di tali progettualità. Le difficoltà non mancano. I diversi soggetti produttivi fanno fatica a comprendere l'utilità di aggregarsi e di unirsi per superare i propri limiti strutturali e mettere a sistema e in rete i principali operatori privati e attori pubblici non sempre è cosa semplice.

Ma non vi è dubbio che continuare a sensibilizzare il territorio sull'importanza dell'industria creativa oggi sia un'attività che PromoBologna continuerà a svolgere, mantenendo l'approccio metodologico che caratterizza l'Agenzia in tutte le sue azioni, ovvero l'importanza di operare in rete, facendo sistema e unendo gli sforzi delle realtà produttive e istituzionali verso progetti e obiettivi comuni. Non sarà quindi solo, come diceva Adam Smith, la mano invisibile del mercato che riuscirà a rendere equilibrato il mercato stesso ma una progettualità di sistema che potrà garantire lo sviluppo, la competitività e l'attrattività di un territorio.

Sotto la neve: i giacimenti culturali per un nuovo turismo in Valle d'Aosta

Cristina Deffeyes

Esperta di sviluppo locale – Valle d'Aosta

Abstract. Anche in Valle d'Aosta la neve, lo sci, la montagna, l'aria pura e il sole non sono più sufficienti a garantire la soddisfazione del turista. In questi ultimi anni, lo scenario della domanda appare infatti in forte cambiamento qualitativo: si registra un abbandono progressivo delle destinazioni tradizionali, delle offerte standardizzate, dei consumi di massa, dei periodi di vacanza definiti e circoscritti e una contemporanea ricerca di proposte nuove, di mete capillari, di risposte segmentate, di offerte arricchite, in definitiva, una richiesta di prodotti più ricchi di significati e di contenuti, di autenticità e di identità locali. Di fronte a questo nuovo orientamento della domanda, in un quadro di forte competizione nazionale ed internazionale, il patrimonio culturale può trasformarsi in volano per lo sviluppo turistico locale, nella misura in cui, però, si abbandona un'ottica di "atomizzazione" dell'offerta e si aggregano e integrano risorse e servizi all'interno di aree connotate da identità territoriali forti e riconoscibili. L'obiettivo dovrebbe essere sempre più quello di fare emergere gli strati meno ovvi e superficiali dei giacimenti turistici, lavorare per promuovere quei prodotti culturali, più o meno importanti, quei territori altri che appaiono le sole risorse mobilitabili per garantire lo sviluppo del turismo e, parallelamente, la crescita della Regione. Il turismo culturale appare quindi come una scelta strategica per il futuro della Valle d'Aosta, a condizione però di essere il risultato di un mirato processo di programmazione guidata, che sappia fare sistema sul territorio, creare concertazione e consenso, coinvolgere il più ampio ventaglio di attori pubblici e privati, rappresentare un'offerta sostenibile e durevole.

La Valle d'Aosta è una regione caratterizzata da piccoli numeri: una superficie totale di 3.263 kmq, che la classificano come la più piccola regione italiana, una popolazione di 119.548 abitanti (di cui 34.646 residenti nel capoluogo regionale Aosta), una altitudine media di 2.100 metri, tra l'altitudine minima di 340 metri di Pont-St-Martin, primo comune all'imbocco della vallata centrale provenendo dal Piemonte, e quella massima dei 4.810 del Monte Bianco, tetto d'Europa, un territorio individuato come totalmente montano e una densità di 37 abitanti per kmq. La suddivisione dei settori produttivi assegna la percentuale del 4,1% all'Agricoltura, che gioca però nella Regione un ruolo fondamentale al di là della sua importante funzione economica: essa contribuisce infatti al mantenimento dell'ambiente, rappresenta un complemento sempre più indispensabile all'offerta turistica – attraverso l'enogastronomia, la creazione di forme di ospitalità

rurale, l'organizzazione di percorsi tematici, la riscoperta delle tradizioni -, e, non ultimo, è un baluardo del mantenimento dell'identità e dell'autenticità. L'Industria (25,3%) è in sofferenza e stenta ad individuare la sua vocazione, mentre il settore dei Servizi è marcatamente il più rilevante (70,6%).

Come tutte le mete turistiche, anche la Valle d'Aosta è confrontata ai rapidi mutamenti attuali del "fare vacanza". E' innegabile che la "montagna" costituisca tuttora un elemento di attrattività forte, ma, come ha evidenziato uno studio realizzato dal Touring Club Italiano per l'Anno internazionale delle Montagne¹, il turismo montano deve oggi affrontare seri problemi, di cui tre principali:

1. la concorrenza di altre mete (montane e non);
2. l'aumento della temperatura media combinato alla ricorrente scarsità di precipitazioni nevose;
3. un appannaggio di "immagine", soprattutto nella stagione estiva.

A tale ultima osservazione si può aggiungere la considerazione che la montagna è spesso vista come un territorio marginale, autoreferenziale, un residuo di società arcaica, della quale i media tendono ad occuparsi quasi esclusivamente in rapporto ad eventi specifici o per le notizie di cronaca.

Anche il turismo invernale in Italia è oggi in una fase di stagnazione: lo "sci" è un prodotto maturo. Tale affermazione è supportata da varie osservazioni: l'interesse mediatico è diminuito (mancano gli eredi di Tomba e della Compagnoni!) e, di conseguenza, si è ridotto anche il numero degli sciatori, ogni inverno l'incertezza legata alle condizioni meteorologiche e climatiche si ripercuote sull'instabilità e il ritardo delle prenotazioni, infine lo sviluppo di altre forme di vacanza e di altre destinazioni sposta la competizione in un contesto globale: le settimane bianche sono sostituite da soggiorni esotici, il bisogno di relax trova risposta nei centri benessere e termali, l'evasione del week-end si sposta verso le città d'arte, chi ha una concezione estrema della montagna guarda ora alle località montane d'oltreoceano...

Le conclusioni, di fronte a tale panorama, sono chiare: il turismo montano deve essere ripensato, l'offerta deve essere rinnovata e aggiornata.

Può quindi il turismo culturale essere una nuova opportunità per la Valle d'Aosta?

Considerando il fenomeno a livello globale, la World Tourism Organisation afferma che il turismo culturale si sta espandendo a livello mondiale, con un tasso di crescita del 15% annuo fino al 2010. Sempre secondo la WTO il 37% dei viaggi attualmente compiuti in tutto il mondo comprende una motivazione culturale, mentre la quota di persone interessate al patrimonio culturale, storico ed

¹ Touring Club Italiano e Comitato italiano per l'Anno internazionale delle Montagne, "Turismo e montagna, un'analisi regionale", 2002.

archeologico è passata dal 27% al 50% dei “viaggiatori frequenti”. Infine, e questo sembra il dato più significativo, il desiderio da parte del turista di comprendere la cultura locale è cresciuto dal 48% all’88%. D’altro canto è evidente che i comportamenti di consumo stanno cambiando e si stanno rivolgendo in modo sempre più costante e massiccio verso nuove e autentiche identità. La vacanza come ricerca culturale e relazionale: è un bisogno molto diffuso, malgrado sia raramente percepito in modo cosciente dai turisti stessi. Il crescente interesse della domanda di turismo culturale si esplica in particolare verso il cosiddetto “patrimonio minore”, con una propensione che va oltre il mero interesse culturale e che attiene alla dimensione diretta del vissuto, dell’importanza della storia, delle tradizioni, delle radici culturali, delle relazioni interpersonali, dell’autenticità e dell’identità. In quest’ottica, un altro aspetto di tutto rilievo è il patrimonio culturale, fatto di feste e tradizioni, gastronomia e artigianato, paesaggi agrari, leggende, musiche e costumi: un vero capitale nell’immaginario turistico ed indentitario, che l’arco alpino ha saputo conservare attraverso i secoli. Focalizzando il fenomeno sulla Valle d’Aosta, uno studio di SWG² realizzato nel 2005 per l’Assessorato regionale del Turismo aveva evidenziato il fatto che la chiave culturale poteva essere considerata strategica per il rilancio del turismo e per lo sviluppo della Regione, mentre un altro studio, questa volta curato dal Ciset nel 1998, aveva realizzato presso i tour operator un confronto tra la Valle d’Aosta e i suoi principali concorrenti alpini, dal quale era emerso che l’offerta culturale della Regione era un elemento davvero unico, che differenziava la Valle d’Aosta dalle altre destinazioni analizzate. Questo dato indica che la valorizzazione del turismo di tipo culturale può rendere maggiormente competitiva la Valle d’Aosta nei confronti delle altre destinazioni alpine e che la valorizzazione di questa specificità è un asset strategico di forte differenziazione, in quanto fino ad ora non si è stati abituati a considerare le Alpi come possibile meta del turismo d’arte, dal momento che le uniche risorse sfruttate sono state quelle ambientali e sportive. Il turismo specialistico non si pone però come alternativa al turismo tradizionale, bensì lo integra, connotando la realtà turistica attraverso un’operazione di arricchimento, differenziazione e distinzione.

La rivalutazione del patrimonio storico e culturale consentirebbe quindi di raggiungere obiettivi del tutto prioritari per il turismo valdostano, quali:

- la de-stagionalizzazione dell’offerta;
- l’acquisizione di nuovi segmenti di mercato, target non tradizionalmente acquisiti, spesso di alto livello culturale e di buona capacità di spesa;
- la riduzione della polarizzazione turistica della grandi stazioni, offrendo così interessanti possibilità di sviluppo ai comuni della media montagna;

² SWG, Sintesi annuale 2005, Assessorato del Turismo della Valle d’Aosta

- l'avvio di offerte alternative e integrate, complementari o tematiche;
- la valorizzazione diffusa del territorio, nei suoi elementi sia tangibili che intangibili (che contrasterebbe il rischio della sua consumazione così come quello della sua banalizzazione o spettacolarizzazione);
- la promozione dello sviluppo endogeno delle aree cosiddette minori;
- un positivo impatto sul coinvolgimento della popolazione locale e sul conseguente e parallelo consolidamento dell'identità collettiva;
- la creazione di un'offerta non standardizzata, che appaia agli occhi del turista come unica, rinnovata, qualificata, articolata ed irripetibile.

Di fronte a queste prospettive, ci si chiede da dove partire. Il PTP, il Piano Territoriale Paesistico, evidenzia che gli agglomerati di interesse storico, artistico, documentario e ambientale rappresentano in Valle d'Aosta una realtà complessa e largamente diffusa sul territorio. Per citare alcuni numeri, tale realtà conta di oltre 1.200 nuclei, di varia dimensione, origine e caratterizzazione, di cui il 40% situato oltre i 1.200 m s.l.m. Si tratta di una struttura insediativa molto diversificata, che varia dagli ambiti snodati lungo il fondovalle a quelli vallivi dell'alta montagna. Tuttavia, questo bacino di reti culturali, di mete capillari, di risposte segmentate nasconde delle criticità che ne rallentano la "tourismification", ovvero l'utilizzo turistico. Esso è infatti formato da beni che non hanno ancora una loro identità strutturata, né possono avvalersi di un'adeguata organizzazione, promozione e commercializzazione. Il tentativo di ridurre la polarizzazione turistica dalle stazioni più conosciute per promuovere lo sviluppo di un turismo diffuso si scontra quindi con problemi legati alla fragilità degli equilibri funzionali di tali realtà e a difficoltà legate ad aspetti culturali e di mentalità. Tra i problemi più frequentemente riscontrati, vi è la scarsa imprenditorialità e il ridotto coinvolgimento della popolazione, spesso imputabile a un atteggiamento di perplessità dovuto al fatto che gli abitanti sono poco abituati a considerare il proprio territorio, che ha avuto storicamente altri tipi di vocazione, in termini turistici e sono poco propensi all'assunzione di rischi imprenditoriali per avviarne lo sviluppo.

Inoltre, proprio per la loro spontaneità e le ridotte dimensioni, questo diffuso bacino di reti culturali è formato da beni che non hanno ancora un'organizzazione strutturata per accogliere una domanda turistica significativa. Questi luoghi "altri" sono scarsamente visibili, lontani non soltanto dalla promozione ma anche dalla commercializzazione. E' necessario fare emergere, a livello di visibilità comunicativa, gli strati meno ovvi e superficiali dei vasti giacimenti turistici, lavorare per promuovere quei prodotti minori, quei territori altri che appaiono come preziose risorse mobilitabili per andare incontro alla nuova domanda di turismo.

Quali esempi di riuscito sviluppo di forme di turismo culturale in Valle d'Aosta, può essere interessante analizzare più da vicino la recente apertura del Forte di Bard e l'organizzazione, da soli pochi anni, della "Désarpa", evento finalizzato alla valorizzazione del mondo rurale valdostano.

La fortezza di Bard, il cui nome è legato al passaggio di Napoleone e al soggiorno di Camillo Benso di Cavour, sorge su un promontorio roccioso che invade il fondovalle della Regione fino quasi ad ostruirlo. Ai suoi piedi, l'omonimo borgo è tra i più belli e i meglio conservati d'Italia. Dismesso nel 1975 dal demanio militare, il forte è stato acquistato dall'Amministrazione regionale nel 1990 e successivamente recuperato per trasformarlo in centro espositivo, in un'ottica di complessivo rilancio turistico e culturale dell'area circostante, tra l'altro minacciata dai venti di crisi incombenti sulle piccole industrie di fondovalle. Il Forte, il cui intero progetto di recupero e di rilancio ha fruito del contributo finanziario del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale e del Fondo di rotazione statale nell'ambito della riconversione delle aree in declino industriale, è stato aperto al pubblico nel gennaio del 2006 e da allora ha accolto un continuo afflusso di pubblico. Il successo fin qui riscontrato è sicuramente dovuto, tra le altre cose, all'oculata strategia di marketing e comunicazione adottata. La volontà è stata quella di connotare il Forte con una sua personalità ben definita, che fosse intrinsecamente legata al territorio sul quale sorge, e far sì che l'offerta proposta al pubblico apparisse come unica e irripetibile altrove. Per la sua posizione geografica, tra la grande pianura padana e le Alpi, Bard è stato scelto quale luogo ideale per creare un parco a tema sulla Alpi, interdisciplinare e multimediale, pensato come un viaggio nel tempo e nello spazio, dove il visitatore può scoprire l'ambiente alpino attraversando le diverse dimensioni espositive. E il Forte è anche diventato museo di se stesso, con percorsi all'interno e all'esterno dell'edificio. Il tema comune di visita è una coniugazione dall'informazione con la divulgazione e la ricreazione, attraverso stimoli ed esperienze fisiche e sensoriali di intrattenimento. A partire dall'accesso al Forte, attraverso ascensori in vetro da cui è visibile l'intero paesaggio a 360°, la visita si trasforma nel vivere un'esperienza di forte emotività e coinvolgimento, per ogni tipo di pubblico. Esiste però il rischio reale che la "centralità" del Forte, da ogni punto di vista, offuschi e cannibalizzi il territorio circostante. Gli sforzi attuali sono quindi orientati a coinvolgere la popolazione locale in una rete organizzativa e di sviluppo e in dinamiche di governance e a far sì che il Forte non diventi un centro culturale autoreferenziale, ma bensì volano per la visita alle altre realtà di interesse della Regione.

La "Désarpa" è il nome di una manifestazione che l'Assessorato regionale dell'Agricoltura e delle Risorse naturali organizza dal 2000, ad anni alterni, alla fine del mese di settembre, per festeggiare

il tradizionale ritorno delle mandrie dagli alpeggi alle stalle di fondovalle. L'evento si svolge ad Aosta e prevede nel programma, quali eventi più importanti, la sfilata delle mandrie nel centro storico, il mercato dei prodotti del territorio, punti di degustazione delle tipicità locali, esibizione di gruppi folkloristici, animazioni per bambini e una rassegna cinematografica intorno alla mucca. L'esigenza è nata dalla volontà di riabilitare il mondo dell'agricoltura valdostana, spesso marginalizzato, relegato al passato o banalizzato, che racchiude invece grandi potenzialità di crescita economica, legata alla promozione e commercializzazione dei prodotti enogastronomici, e di fattiva interazione con il turismo, caratterizzato da una domanda sempre più orientata alla riscoperta delle tradizioni e delle espressioni più autentiche di ogni territorio. L'ente pubblico si è quindi posto come promotore capofila di un progetto territoriale di sviluppo, cosciente però che l'evento avrebbe avuto successo, da tutti i punti di vista – del turista, dei cittadini, degli agricoltori – solo a certe condizioni. La prima è che si “facesse squadra”, ovvero che venissero coinvolti fin da subito tutti gli attori interessati nell'evento, in primis gli allevatori e i produttori di prodotti tipici, creando un clima di collaborazione e fiducia. La seconda è che non ci fosse niente di artefatto, che ciò che veniva promosso fosse autentico, reale: la mandria che sfila per le vie del centro storico di Aosta è quindi una mandria “vera” e al centro della scena, quel giorno, ci sono gli allevatori valdostani. Infine, i canali di comunicazione utilizzati dovevano sfatare il mito di una realtà agricola “di una volta”, ma ribadire la portata di grande attualità attraverso una grafica moderna e accattivante, una coreografia curata, un'apertura verso il futuro con iniziative legate alla cultura e all'arte. Grazie a queste linee strategiche, il risultato è stato più che soddisfacente, non solo nella partecipazione di attori locali e turisti all'evento, ma anche nell'avvio di una collaborazione più stretta e fattiva tra l'ente pubblico e i privati per successivi progetti di sviluppo e promozione.

In un'ottica di sintesi, ci si può chiedere cosa l'esperienza della Valle d'Aosta, nell'avvio di alcune prime iniziative di turismo culturale, possa suggerire al progetto di creazione di un distretto culturale ad Asuni. Alla luce di quanto detto finora, gli elementi-chiave potrebbero essere:

- il forte legame con il territorio, la consapevolezza di offrire qualcosa di autentico, scaturito dalla tradizionale vocazione del luogo, non artefatto ma naturale evoluzione dell'identità locale;
- l'unicità, ovvero una caratterizzazione ben definita, che faccia percepire l'offerta, in tutte le sue caratterizzazioni, come unica e non trovabile altrove;
- l'impatto emotivo: il turista alla ricerca di stimoli culturali è un turista “maturo” e rimarrà ben impressionato nella misura in cui l'offerta sarà emotivamente coinvolgente (e quindi, necessariamente, anche autentica);

- la governance, intesa come capacità di condividere il progetto con la popolazione locale e far partecipare alla sua creazione e, successivamente, utilizzazione il più ampio numero di attori locali;
- la necessità di una regia forte, che sappia godere della fiducia del territorio, orientata ad una programmazione seria e una strategia precisa;
- una costante collaborazione pubblico-privato, che veda nel settore pubblico il promotore dello sviluppo locale e nei privati i destinatari ultimi dei progetti e gli interlocutori per la progettazione e il monitoraggio di ogni iniziativa;
- la creazione di reti territoriali, attraverso l'integrazione organizzativa dell'offerta, che sappia coniugare tra loro tutti gli asset del territorio, dalla cultura all'enogastronomia all'ambiente.

In conclusione, ogni iniziativa si potrà dire riuscita nella misura in cui i vantaggi generati saranno diffusi sul territorio e beneficeranno la popolazione locale.

BIBLIOGRAFIA

Touring Club Italiano e Comitato italiano per l'Anno internazionale delle Montagne, *“Turismo e montagna, un'analisi regionale”*, 2002.

SWG, *Sintesi annuale 2005*, Assessorato del Turismo della Valle d'Aosta.

Fondazione Courmayeur, *Turismo diffuso ed integrato nelle località di montagna: quali prospettive?*, (a cura di Elise Champvillair).

Caroli M., *Il marketing territoriale*, Franco Angeli, Milano, 1999.

Rizzi P., *Sviluppo locale e marketing territoriale*, in AAVV, *Turismo e territori*, Vita e Pensiero, Milano, 2002.

Kotler P., Haider D., Rein I., *Marketing places*, The Free Press, New York, 1993.

“Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités”, in n° 638-639 juillet-octobre 2004 degli “Annales de Géographie”.

« Le Patrimoine atout du développement », Collection transversales II, Centre Jacques Cartier, Presses Universitaires de Lyon, 1992.



Fabio Parascandolo

TERRITORI RURALI E SOSTENIBILITA' NEL PROCESSO DI COSTRUZIONE DELLA SARDEGNA TURISTICA

SOMMARIO: – **Introduzione.** – **1. Le motivazioni al turismo e le relazioni tra visitatori e abitanti.** – **2. Verso un turismo sostenibile? Considerazioni sull'economia del turismo in Sardegna.** – **3. Territori locali e sostenibilità: questioni di scala.**

Introduzione

In questo saggio prenderemo in considerazione i rapporti intercorrenti tra attività turistiche e territori rurali della Sardegna per evidenziarne alcuni aspetti secondo noi rilevanti per un approccio geografico che si voglia sensibile alle problematiche della qualità ambientale dei luoghi¹. Premettiamo che non vi si troverà nessuna indicazione sui “numeri aggiornati” del turismo nell’isola; ci proponiamo piuttosto di entrare nel merito delle cornici socio-culturali complessive del fenomeno turistico e di fornire alcuni elementi di sfondo per la valutazione delle scelte programmatiche di settore.

La gran parte della superficie regionale sarda si configura come rurale, ed è costituita da aree non interessate da vistose trasformazioni tecnologiche (urbanizzazioni, infrastrutturazioni, complessi industriali, ecc.). Le vicende di un popolamento storicamente meno intensivo rispetto al resto d’Italia e la rilevante presenza di aree incolte a destinazione zootecnica e marginalmente destinate a colture promiscue fanno sì che, in particolare nelle zone collinari e montane, il soggetto non autoctono possa facilmente

provare la sensazione di trovarsi di fronte a lembi di cosiddetta «natura incontaminata». Non a caso in anni recenti la Regione Autonoma della Sardegna, di concerto con il Ministero dell’Ambiente e l’Unione Europea, ha individuato ben 114 Siti d’Interesse Comunitario (S.I.C.) e 9 Zone a Protezione Speciale (Z.P.S.). Un cospicuo numero di aree ad elevato valore biologico e paesaggistico è così entrato a far parte del sistema di aree protette denominato «Rete europea Natura 2000».

Queste rimarchevoli specificità regionali sono state colte da varie categorie di esperti. Sotto il profilo dell’economia del turismo è stato osservato che:

- 1) la Sardegna risulta particolarmente vocata all’offerta di «beni Tradizionali-Rurali-Naturali (TRN)»;
- 2) poiché tali beni a causa della loro natura non tecnologica non possono che riprodursi lentamente, essi finiscono col diventare via via più scarsi in rapporto alle crescenti richieste di fruizione;
- 3) i beni TRN assumono di conseguenza la connotazione di veri e propri beni «di lusso», e quindi

¹ Ci concentreremo pertanto sul «momento del *turismo passivo*, o ricettivo, così definito tenendo conto della “pressione” esercitata sull’offerta da parte dei turisti, giunti nella meta prescelta» (P. Innocenti, *Geografia del turismo*, Carocci, Roma, 1999³, p. 73).

offrono prospettive di profitto decisamente interessanti².

L'indicazione di fondo che si può trarre da questo tipo di argomentazioni, ampiamente riecheggiate da politici, tecnici, giornalisti e imprenditori, è che ormai *tutte le aree scarsamente urbanizzate* e non le sole zone costiere adibite al turismo marino-balneare sono potenzialmente entrate e vengono via via inserite in un processo di *ri-territorializzazione turistica*. Questo processo concerne ovviamente la promozione di prodotti concreti come le derrate agricole «tipiche», ma investe anche aspetti culturali e simbolici del mondo rurale sardo, producendo quelle rappresentazioni collettive che lo ritengono un prezioso “giacimento” di risorse culturali e ambientali “da tutelare e valorizzare” al contempo³.

Le ricorrenti operazioni di *marketing* pubblicitario della Sardegna e dei suoi prodotti danno luogo a un vero e proprio *effetto di realtà*, ampiamente influenzato nel suo delinearsi dalle pratiche discorsive poste in essere negli ambienti istituzionali, mediatici e professionali. La riproduzione incessante di questo particolare *sguardo turistico* sul territorio e l'elaborazione dei corrispondenti modelli di rappresentazione dei luoghi innescano un processo semiotico e configurano uno *spazio comunicativo* funzionale al dispiegamento di strategie di competizione per l'accaparramento di quote del mercato turistico internazionale. In questo complesso sistema di segni in divenire, le pratiche sociali qualificabili come turistiche si nutrono di, e a loro volta ri-alimentano, una specifica produzione di *immaginari territoriali*, incrociandosi con le

² Cfr. F. Pigliaru, *Economia del turismo: crescita e qualità ambientale*, in R. Paci, S. Usai (cur.), *L'ultima spiaggia. Turismo, economia e sostenibilità ambientale in Sardegna*, CUEC, Cagliari, 2002, pp.17-46, e pp. 22-23 in particolare.

³ Vedi F. Parascandolo, *Natura e paesaggio. Verso un'identità progettuale?*, in A. Turco (cur.), *Paesaggio. Pratiche, linguaggi, mondi*, Diabasis, Bologna, 2002.

(auto)rappresentazioni identitarie delle popolazioni rurali ospitanti. Ne scaturisce una costellazione di costruzioni culturali in cui le motivazioni socio-psicologiche, i calcoli economici e il complesso di atteggiamenti condivisi nei confronti dell'Altro e dell'Altrove sono ugualmente presenti ed importanti, ed andrebbero tutti scandagliati per poter comprendere le logiche dell'*agire territoriale*⁴ esercitato dagli attori sociali implicati. Nel paragrafo seguente formuleremo alcune riflessioni in proposito, mentre i due successivi conterranno alcune considerazioni su cosa debba secondo noi intendersi per sostenibilità dello sviluppo turistico, e su come cercare di conseguirla.

1. Le motivazioni al turismo e le relazioni tra visitatori e abitanti

Il turismo pare essere divenuto un bisogno prioritario per i consumatori che detengono il privilegio di appartenere alle fasce sociali benestanti dell'odierna società globale. Secondo stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, ben l'80% degli spostamenti turistici internazionali è appannaggio di soggetti residenti in appena venti paesi tra i più ricchi del mondo attuale. Il turismo può essere inteso come un *moderno rito ricostitutivo e rigenerativo*, e al pari di altre condotte rituali studiate dagli antropologi, esso inserisce chi lo esercita in un luogo e in un tempo “sospesi”, in cui le ferree regole della civiltà del lavoro sono temporaneamente abolite:

Guardando la pubblicità dell'operatore Best Tours -un tappeto rosso srotolato su una spiaggia tropicale- si capisce che il concetto è proprio quello di gestire dei bambini vogliosi e deresponsabilizzati. Tanti principini innocenti e prepotenti, che necessitano di essere accompagnati al parco giochi, una o due volte l'anno. In vacanza non abbiamo soltanto bisogno di ricaricare le pile ma anche di ricostruire un'autostima rispetto alla figura di noi stessi che

⁴ Cfr. A. Turco, *Verso una teoria geografica della complessità*, Unicopli, Milano, 1988.

forse meno ci piace: quella di lavoratori che faticano e inghiottono rospi per guadagnarsi il pane. L'industria turistica, una volta di più, asseconda la psicologia della pecora che per un giorno vuol essere leone, promettendo abbuffate, dormite, danze, amori, godimenti, cuccagne, trasgressioni. La cosa più vicina alle vacanze, in questo senso, è il carnevale. Dove il turista -in ragione della sua capacità di spesa- è libero e sovrano, per un tempo stabilito, prima che tornino a regnare l'ordine e la legge della produzione⁵.

Anche in Sardegna possiamo osservare condotte turistiche imperniate su una serie fissa di elementi rituali. Tra questi va annoverato il consumo enogastronomico di alimenti «tipici», ma gli addetti ai lavori sanno bene che fatte salve alcune *icone* agroalimentari come pani, vini o formaggi particolari, evidenti ragioni di massimizzazione dei ritorni economici inducono i ristoratori a contenere fortemente l'apporto di prodotti e ricette specificamente locali, e quindi la varietà (e non di rado anche la genuinità) delle pietanze disponibili.

Tralasciando approfondimenti sulla distribuzione dei fenomeni turistici nelle varie parti dell'isola, ci limitiamo a osservare che il modello complessivo di ricettività di gran lunga più praticato è quello marino-balneare, che si incentra su soggiorni doppiamente concentrati: *nel tempo* in periodi molto corti -se considerati su base annua- di utilizzazione delle attrezzature, e *nello spazio* in specifici insediamenti pianificati (i «villaggi vacanze») o in aggregati più o meno dispersi o compatti di «seconde case» proliferanti a ridosso delle coste o nell'immediato retroterra. Anche se il quadro complessivo delle attrezzature turistiche in strutture classificate o meno può avvalersi in sporadici casi di tipologie edilizie ben integrate all'ambiente costruito e al tessuto sociale preesistente (ad esempio nei centri

storici di località come Castelsardo, Bosa o Carloforte), il grosso degli insediamenti turistici si conforma a tipologie altamente specializzate ed autosegregate: si tratta di veri e propri *ghetti dorati* che passano periodicamente dalla condizione di *villaggi fantasma* a limitati periodi di animazione festiva, nei quali la vita relazionale degli ospiti rimane di regola totalmente distinta da quella di limitrofi residenti sardi⁶.

Solo di recente sul florido tronco del turismo marino-balneare d'élite o per utenze medio-alte si vanno innestando e raccordando con discreto successo -e questo è vero in particolare per alcune aree nord-orientali- una molteplicità di nuovi rami fatti di *inclusive tours* e di brevi soggiorni orientati alla visita delle aree interne. Anche l'offerta turistica sarda, allineandosi in questo alle tendenze globali, comincia quindi a diversificarsi ed espandersi in campi complementari quando non alternativi al turismo balneare. Le sempre più articolate offerte che dagli anni '80 stanno investendo il territorio regionale (agriturismo, turismo rurale, archeologico, artistico-culturale, etnico, naturalistico, d'avventura, sportivo, salutista e persino «spirituale») rendono il quadro via via più sfaccettato, anche se bisogna ribadire che il modello economicamente trainante di frequentazione turistica continua a restare quello «smeraldino».

E' noto che il *marketing* turistico tende a proporre un repertorio di immagini caratterizzate dalla sistematica rimozione (o anche, specularmente, dalla enfatica spettacolarizzazione) degli aspetti conflittuali o problematici concernenti le

⁵ D. Canestrini, *Andare a quel paese. Vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli, Milano, 2001, pp. 23-24.

⁶ I caratteri strutturali degli insediamenti turistici nell'isola furono analizzati alla fine degli anni Settanta in uno studio per molti versi ancora valido: R.L. Price, *Una geografia del turismo: paesaggio e insediamenti umani sulle coste della Sardegna*, FORMEZ, Cagliari, 1983. Sui lineamenti culturali e sociali del contesto turistico isolano segnaliamo due saggi secondo noi particolarmente significativi: P. Paolinelli, G. Salierno, *La carcassa del tempo. Inchiesta sulla Costa Smeralda*, Antonio Pellicani Editore, Roma, 1988, e B. Bandinu, *Narciso in vacanza. Il turismo in Sardegna tra mito e storia*, AM & D, Cagliari, 1996².

popolazioni e i territori visitati. E' anche vero d'altronde che le rappresentazioni di un mondo tradizionale continuamente definito «ancora vivo e presente» alimentano un mercato in crescita. Pertanto, anche sulla *produzione identitaria* locale intervengono i consueti meccanismi di ottimizzazione dei prodotti commerciali:

Il turista non si interessa molto agli abitanti del paese ma, a sua insaputa, li influenza. Poiché è pronto a spendere denaro, l'autoctono cercherà di offrirgli quello che chiede (o quello che l'uno immagina che l'altro gli chiederà). Così, anche se involontariamente, il turista spinge gli autoctoni a valorizzare il "tipico": la produzione di oggetti che si suppone si trovino nel paese, la sistemazione di edifici, di località, di feste "indigene". Poco a poco le attività locali vengono rimpiazzate dalla vendita di souvenirs (fabbricati del resto, per ragioni di redditività, in paesi terzi); così la ricerca sfrenata del colore locale conduce, paradossalmente, all'omogeneizzazione⁷.

Posta com'è sotto il potente influsso della ritualità di cui si è detto, la clientela tende a conferire un particolare carattere di "sacralità" allo spazio-tempo marcato dall'esperienza turistica. Ciò rafforza nei vacanzieri l'inclinazione a raffigurarsi i luoghi frequentati alla stregua di affascinanti «paradisi incontaminati». Soprattutto chi acquista pacchetti di brevi visite nelle zone interne indulge così nel *naturalizzare* le manifestazioni culturali autoctone, cosicché le comunità umane lì presenti subiscono una sorta di assimilazione al paesaggio fisico.

Dal canto loro, gli organizzatori delle vacanze sono i primi a fare di tutto di tutto per assecondare questo sognante immaginario. Affinché l'incantesimo turistico riesca perfettamente, nulla deve far intendere che i residenti rurali, e specialmente pastori, contadini ed altre figure locali di uomini e donne "forti" e "veri", *appartengono allo stesso mondo globalizzato dei turisti*, in quanto per

⁷ T. Todorov, *Noi e gli altri*, Einaudi, Torino, 1991, pp. 402-403.

accedere a buona parte delle risorse vitali si relazionano come loro allo stesso genere di infrastrutture tecnologiche, economiche e istituzionali. Satta fornisce un'interessante indizio dei paradossi generati da questa situazione quando nel descrivere i «pranzi con i pastori» organizzati per i turisti nell'area di Orgosolo, meta assai battuta del turismo etnico-ambientale sardo, si sofferma sul crescente uso di bicchieri di terracotta ricoperti di sughero, e spiega: «La progressiva eliminazione della plastica è stata decisa per andare incontro alla sensibilità ambientale dei turisti. Gli orgolesi sono abituati a usare piatti e bicchieri di plastica nei pranzi in campagna, ma non i turisti, soprattutto i tedeschi»⁸. D'altronde potremmo anche chiederci perché mai gli Orgolesi *di oggi* dovrebbero ancora usare stoviglie antiche e non godere alla pari di tutti gli altri cittadini occidentali delle «comodità» offerte dalla società dei consumi. Nei tempi in cui i modi di vita premoderni erano ancora per vari aspetti operanti (cioè fino agli anni '50-'60), gli abitanti delle zone interne furono giudicati economicamente miserevoli e culturalmente arretrati (ovvero «sottosviluppati») dalle élites modernizzatrici e dagli scienziati e formatori sociali incaricati di promuoverne lo sviluppo sociale da un lato e la museificazione culturale dall'altro. E sviluppo c'è stato di certo. Se confrontate alle *aree forti* europee, non si può dire che le regioni e le popolazioni rurali abbiano conseguito livelli particolarmente elevati di crescita economica, e *nondimeno tutto o quasi tutto è cambiato* rispetto a una quarantina di anni fa. Da parecchi decenni ormai i *generi di vita* autoreferenziali ed autosostenibili di *tutte* le società rurali dell'Europa occidentale sono stati letteralmente annientati da un tumultuoso processo di modernizzazione⁹. *Ma non per*

⁸ G. Satta, *Turisti a Orgosolo. La Sardegna pastorale come attrazione turistica*, Liguori, Napoli, 2001, pp. 32-33.

⁹ Abbiamo analizzato in altri nostri saggi le varie fasi della modernizzazione della società rurale sarda: a titolo introduttivo sull'argomento si veda: F. Parascandolo, "I caratteri territoriali della modernità

questo le “industrie della nostalgia” hanno smesso di riesumare i simulacri della vita tradizionale, affaccendandosi a realizzare eventi pseudo-etnici a beneficio dei turisti.

La promozione turistica del territorio comporta dunque l’esercizio di notevoli dosi di illusionismo; il punto è che «mentre il turismo provoca dei profondi cambiamenti sociali, i miti turistici si fondano sulla dissimulazione e il diniego di tali mutamenti e sulla perpetuazione delle idee e delle immagini di ciò che si pensa esserci stato nei luoghi prima dell’arrivo del turismo»¹⁰. Va comunque sottolineato che i processi di omologazione identitaria dei territori rurali appaiono inevitabili quando vi intervengono modelli d’uso turistico:

L’identità regionale rappresenta per quei raccoglitori di segni che sono i turisti un’attrattiva irresistibile. Il turismo è ghiotto della semantica del paesaggio che una forte regionalizzazione ha saputo produrre. Insegue le manifestazioni culinarie, i segni della sua cultura, i residui di socialità rurale, l’archeologia del suo passato, ricerca le tracce della sua specificità. [...] Così, lo sviluppo turistico, nel momento in cui esalta una sua versione del regionalismo, al tempo stesso riduce la complessità regionale a figurina, a simulacro di un’entità statica, quasi compiacente agli occhi dell’osservatore. Non è un caso che nell’immaginario turistico i tocchi di regionalità appaiano spurgati dalle nefandezze dell’industrializzazione, così come dalle tracce più evidenti della modernizzazione del paesaggio¹¹.

nelle campagne sarde: un’interpretazione”, in «Annali della Facoltà di Magistero», Università di Cagliari, nuova serie, vol. 18, 1995, pp. 139-186.

¹⁰ BROWN, D., “Des faux authentiques. Tourisme versus pèlerinage”, in *Terrain*, 33, sett. 1999, pp. 41-56, citaz. p. 54 (traduzione nostra). Aggiungiamo che in particolare nella Sardegna interna, abbondantemente descritta come “vergine e autentica”, il turista viene indotto a ritenere che uno stile di vita “più semplice e puro” sia tutt’ora praticato dai residenti, e non solo in passato.

¹¹ C. Minca, *Spazi effimeri. Geografia e turismo tra moderno e postmoderno*, CEDAM, Padova, 1996, pp. 46-47.

Non è facile per gli abitanti di località già turistiche o ancora in via di “tipizzazione” trovare oggi, incalzati come sono dai tanti problemi del mondo presente, gli strumenti culturali per riflettere approfonditamente sulla storia recente delle loro comunità e sulla formidabile rottura che la modernizzazione ha prodotto nei loro modi di rapportarsi alle risorse territoriali e nelle forme d’uso dei loro saperi collettivi; risorse e saperi che risultano largamente svalutati ed emarginati in quanto non più governati localmente, o tutt’al più riproposti in funzione di opportunità di reddito circoscritte a pochi nuclei domestici socialmente emergenti. E’ ben raro che i saperi condivisi vengano riattivati “dal basso”, sulla base di spinte partecipative per un’amministrazione sostenibile e solidale dei beni patrimoniali locali. L’aspetto cruciale è costituito dall’estrema marginalità economica in cui sono sprofondate le pratiche tradizionali rurali da quando esse sono risultate sempre meno adeguate al soddisfacimento dei bisogni materiali di base delle famiglie. Nel corso di tutto il XX° secolo le attività agricole e artigianali in genere hanno difatti subito una drammatica svalutazione rispetto a quelle industriali e, soprattutto, a quelle terziarie. Questa situazione si è inoltre notevolmente aggravata dagli anni ‘60, quando l’avvento di una più intensiva modernizzazione ha portato con sé una generale espropriazione delle tradizionali modalità di accesso alle risorse vitali per le popolazioni locali. Ne è conseguito un diffuso stato di crisi occupazionale e molto spesso anche demografica per via degli esodi migratori, con vistosi e talvolta gravi fenomeni di spopolamento e invecchiamento delle comunità. E si è inoltre approfondita nel tempo la subalternità e la dipendenza delle residue pratiche agro-silvo-pastorali nei confronti di centri di potere lontani e spesso irraggiungibili (politica agricola eurocomunitaria, banche e consorzi agroindustriali, relazioni clientelari con apparati decisionali urbani).

Ma a questo punto è lecito chiedersi quanto questi argomenti e le relative narrazioni in termini di storie di vita potrebbero interessare i visitatori. La risposta ci sembra ovvia: ben poco! Anzi, questo genere di discorsi potrebbe di fatto risultare perturbante per l'immaginario turistico, in quanto inevitabilmente stride con le rappresentazioni edulcorate di abitanti e località¹².

Bisogna tenere conto che oggi i residenti rurali condividono lo stesso immaginario mediatico degli altri cittadini dei paesi industrializzati, e che è per l'appunto questo repertorio globalizzato di segni e ruoli sociali e territoriali ad assegnare loro la funzione di mitici "custodi della natura e delle tradizioni". Nel corso di un inevitabile processo di autoselezione delle pratiche discorsive più adeguate al contesto sociale inglobante, le stesse rappresentazioni identitarie, ormai etnicizzate e standardizzate, finiscono per coincidere con i folklorismi ad uso turistico. I nativi sanno bene che in fin dei conti queste raffigurazioni hanno poco a che vedere con la loro realtà ordinaria e non di rado le considerano alla stregua di un gioco, ma d'altronde non fanno che dare al turista ciò che egli chiede, o sembra chiedere loro.

La costruzione della Sardegna come oggetto antropologico procede parallelamente, e non senza interrelazioni, con la costruzione della Sardegna come oggetto turistico e come entità politica e culturale, nell'intreccio inestricabile di discorsi diversi [... in cui] andrebbe ricercata la dinamica d'insieme di quella che potremmo definire l'invenzione (o la costruzione, se si preferisce) della cultura sarda. La particolare rappresentatività di un luogo, Orgosolo, e di una

¹² Sulla delicatezza delle questioni in gioco è indicativo questo ammonimento di un sociologo del turismo: «Se un rappresentante della popolazione locale si lamenta per la perdita bellezza del posto e comunica questa sua impressione a tutti i turisti che incontra, egli contribuisce a generare idee di decadenza sull'area». Così N. Costa, *L'impatto ambientale del turismo: il contributo della ricerca sociologica*, in C. Stroppa (cur.) *Territorio, ambiente e nuovi bisogni sociali*, Liguori, Napoli, 1993, pp. 247-263, citaz. p. 255.

figura sociale, il pastore, sono situate all'interno di questo processo di "essenzializzazione"¹³.

D'altronde, come si può pretendere che la retorica del turismo come occasione di incontro, scambio e conoscenza tra genti diverse possa concretamente realizzarsi nella misura in cui il visitatore viaggia *per svagarsi*, limitandosi a cogliere quanto di pittoresco ed esotico la vacanza può offrirgli? Le vestigia e le ricostruzioni della vita tradizionale isolana non costituiscono in fondo per lui niente più che un mezzo di intrattenimento. In fin dei conti, il turista convenzionale non può ritenersi tenuto ad assumersi la responsabilità di atteggiamenti e condotte di attenzione e rispetto per quell'Altro e quell'Altrove dei cui servizi egli/ella va semplicemente usufruendo *in cambio del denaro che spende*, così come farebbe come con qualunque altro prodotto in vendita sul mercato, e ciò con buona pace degli edificanti ma poco verosimili discorsi sulle opportunità di reciproco arricchimento umano e interculturale dei soggetti coinvolti nelle relazioni di ospitalità.

Dopo aver trovato puntualmente confermati i consueti e in fondo rassicuranti *clichés* sulle popolazioni e sui territori visitati, i visitatori torneranno così più o meno soddisfatti alle loro realtà ordinarie, mentre coloro che localmente si sono posti al servizio di queste operazioni di compravendita di immaginario ne avranno sì ricavato delle integrazioni di reddito, ma rischiano di pagarne il prezzo sotto forma di una crescente incapacità a dare luogo a forme più sobrie, consapevoli e in fondo *sincere* di ospitalità e di comunicazione con l'Altro.

¹³ G. Satta, *Turisti a Orgosolo*, cit., p. 66.

2. Verso un turismo sostenibile? **Considerazioni sull'economia del** **turismo in Sardegna**

Turismo responsabile o sostenibile? Il secondo non si dà senza il primo, e l'idea di fondo è comune: quella di un turismo che non aggredisca e non pregiudichi l'integrità ambientale dei territori e la dignità culturale delle popolazioni. Di regola, il turismo non si rivela innocuo per le località interessate: non meno di altre attività industriali, esso produce grandi quantitativi di rifiuti e necessita di specifiche infrastrutture ad alto impatto paesaggistico ed ecologico. In tutto il mondo, i processi di territorializzazione turistica procedono secondo ricorrenti sequenze: il progressivo affollamento delle frequentazioni tende a determinare un graduale scadimento dell'attrattiva dei siti, a cui fanno seguito saturazione e declino¹⁴. E' noto che nei periodi in cui le presenze di ospiti si intensificano, la pressione delle attività turistiche può superare i limiti di carico ambientale. Come già efficacemente dimostrato da alcuni Autori, il fenomeno si è verificato in svariate località costiere sarde¹⁵, e colpisce anche aree "imprescindibili" dall'esistenza di oasi naturali, per altro in via di assai lento e controverso consolidamento vincolistico. I casi più emblematici si riscontrano in vasti litorali dei comuni di Baunei, Dorgali e Orosei. La lezione che si può trarne è che a quanto pare l'esistenza solo potenziale di «parchi di carta» ampiamente sbandierati da anni in innumerevoli cartografie e campagne promozionali ha esercitato il voluto effetto di richiamo nei confronti dei mercati turistici: si veda per tutti il caso delle iperaffollate località costiere del

¹⁴ La nozione di *ciclo evolutivo delle località turistiche* è stata inizialmente formulata da R. Butler, "The concept of a tourist area cycle of evolution, and implications for management", in «Canadian Geographer», n. 14, 1980, pp. 5-12.

¹⁵ Cfr. M. Iorio e G. Sistu, *Sviluppo turistico e capacità di carico ambientale in Sardegna*, in R. Paci, S. Usai (cur.), *L'ultima spiaggia*, cit., e CRENoS, *10° Rapporto sull'economia della Sardegna. Analisi strutturale e previsioni 2002-2004*, CUEC, Cagliari, 2003, pp. 72-81.

fantasmatico (e forse ormai definitivamente affossato) Parco Nazionale del Gennargentu.

Ormai molti tecnici ed esperti riconoscono l'esistenza di un rapporto problematico tra turismo e sostenibilità ambientale e ammettono che occorre un intervento pubblico regolatore, poiché i soli meccanismi del mercato portano a uno sfruttamento eccessivo delle risorse naturali; non per questo appare chiaro se e come si possa rallentare la locomotiva dello sfruttamento turistico una volta che questa sia partita e abbia cominciato a girare sempre più velocemente.

Il dato di fatto è che il turismo convenzionale tende di per sé a "consumare" le risorse naturali e storico-culturali che "valorizza", e che afflussi turistici elevati non risultano sempre compatibili con la cura dei territori, mentre restano comunque in perfetta sintonia con i corposi interessi privati in gioco; interessi che non di rado risultano essere *esterni* -e in fondo confliggenti- rispetto a quelli di lungo periodo delle popolazioni locali. Ma non c'è nulla di strano in questo: tutto ciò che viene mercificato dall'economia moderna ha per sua natura vita breve, in quanto il valore d'uso dei beni non è mai considerato un *fine* in sé ma sempre un mero *mezzo*, "sacrificato" alla realizzazione di una ben precisa priorità politica e sociale: *la crescente e incessante circolazione (e accumulazione) del denaro*.

Da questa contraddizione iniziale derivano a nostro avviso le innumerevoli ambiguità dello stile discorsivo dominante nel dibattito scientifico e istituzionale in tema di turismo. Le insistenti argomentazioni sullo sviluppo turistico come «volano della crescita economica del territorio» ambiscono difatti a "far sposare" istanze in se stesse divergenti, pretendendo così di realizzare altrettante *quadrature del cerchio*:

	per la tutela dell'ambiente ...
1) Servono risultati positivi	... e per le prospettive del mercato.
	ad una crescita sostenibile ...
2) Bisogna puntare	... che permetta di valorizzare, salvaguardandole, le risorse.
	conservare il capitale naturale ...
3) E' necessario	... incrementandone la produttività.
	le esigenze di sviluppo socio-economico ...
4) Vanno coniugate	... con quelle di salvaguardia ambientale.
	Bisogna sfruttare e valorizzare le potenzialità locali ...
5)	... rispettando l'ambiente.

Tab. 1. Alcuni esempi di petizioni di principio con cui si intenderebbe rendere compatibili i sistemi artificiali con quello naturale. La fraseologia è tratta da pubblicazioni specialistiche prodotte nell'ultimo decennio in tema di valorizzazione turistica dell'ambiente in Sardegna.

A nostro parere questo genere di affermazioni riflette appieno le istanze dominanti della programmazione economica convenzionale, poiché si richiama a una *visione debole* della sostenibilità¹⁶. Ad una più cogente logica di preservazione *senza se e senza ma* dei sistemi ambientali viene difatti preferita, in evidente accordo con i dettami della teoria economica neoclassica, una "conservazione produttiva" del capitale naturale. Ciò comporta che i beni naturali implicati possano venire legittimamente

sostituiti con i «benefici» derivanti dallo sviluppo, ovvero sia con vari tipi di artefatti fabbricati dall'uomo. L'entità di questi benefici sarà ovviamente misurata in termini di crescita economica e quindi dei livelli di consumo di merci industrialmente prodotte. Il parametro chiave della sostenibilità in questo caso è di natura puramente *economica*, cioè reddituale e monetaria. Si prenda ad esempio la seguente argomentazione:

[...] è necessaria una definizione di "sostenibilità" coerente con il punto di vista di un piccolo paese che assumiamo sia interessato esclusivamente a massimizzare la spesa dei turisti non residenti nel lungo periodo. In altre parole, è necessaria una definizione basata su un limitato principio di equità (economica) intergenerazionale, nella quale non interessa che le generazioni future abbiano in eredità la stessa quota pro-capite di capitale naturale oggi esistente; interessa invece garantire che la redditività pro-capite della risorsa non

¹⁶ Sul tema dei modelli di sostenibilità forte/debole in Sardegna cfr. G. Ledda, *Aree protette e sviluppo locale. Prime indicazioni per uno schema di analisi comparativo*, in G. Mondardini Morelli (cur.), *Miti della natura Mondì della cultura. Turismo, parchi e saperi locali in Sardegna*, EDES, Sassari, 2000, pp. 141-145 in particolare. Per un inquadramento teorico in materia si veda D. W. Pearce, A. Markandya, E. Barbier, *Progetto per un'economia verde*, Il Mulino, Bologna, 1991.

diminuisca nel tempo. In questa definizione è quindi “sostenibile” una strategia di sviluppo turistico che permetta alla risorsa naturale di generare in futuro almeno tanto reddito quanto è capace di generarne oggi¹⁷.

Certo, i professionisti più avveduti ammettono anche che occorre «essere estremamente prudenti in materia di sviluppi turistici ad alto consumo irreversibile della risorsa ambientale»¹⁸, ma è chiaro che questi approcci convenzionali fanno comunque leva sull'*economicismo*, ovvero sulla pretesa riduzionistica che un indicatore quantitativo e macroeconomico come il PIL (nazionale o in questo caso regionale) possa in ultima istanza costituire un valido indice di misura della *qualità della vita* o del *benessere* dei cittadini. E' chiaro che nella misura in cui l'intera *logica sistemica* del vigente ordine sociale si fonda su questo per noi discutibile presupposto¹⁹, tutti coloro che dichiaratamente o meno vi aderiscono non possono che anteporre a *qualunque costo* l'obiettivo «razionale» della massimizzazione della ricchezza merceologica sotto forma di produzioni, profitti e consumi a quello semplicemente ragionevole ma puntualmente disatteso di una effettiva sostenibilità sociale ed ecologica delle pratiche sociali e territoriali.

Ma che ci piaccia o no, la capacità del nostro pianeta di sostenerci fornendoci risorse utili e assorbendo gli scarti e i rifiuti del nostro stile di vita *ha dei limiti precisi, anche questi misurabili* (questa volta dalle scienze della natura e non da quella economica), *e rapportabili ai tassi di rigenerazione del capitale naturale*. E quando il depauperamento del capitale

naturale avviene a ritmi superiori delle sue capacità di rigenerarsi siamo in presenza di un uso insostenibile delle risorse naturali, anche se ammantiamo le relative intraprese economiche con le definizioni e le immagini più amabili e persuasive.

Secondo noi un'economia produttivistica incentrata sul primato della redditività e indifferente o ostile a prospettive di equa distribuzione della ricchezza non può che confliggere, una volta oltrepassato un certo livello auspicabile di sviluppo tecno-economico, con l'integrità e il benessere sia dei soggetti umani nel loro complesso che dei sistemi di supporto della vita²⁰. Tutto ciò viene invece negato, oppure si giunge pure ad ammettere l'esistenza di non lievi problemi di incompatibilità tra capitale e lavoro o tra economia e ambiente, *ma senza per questo osare di proporre o addirittura di intraprendere sostanziali cambiamenti di rotta*. Eppure vale la pena di ricordare che nonostante la sua schiacciante egemonia tanto negli ambienti politici “di destra” che “di sinistra”, questa economia *sviluppista* (che per amore o per forza accetta l'inevitabilità della cosiddetta «globalizzazione») non costituisce l'unica opzione possibile. Fin dai lontani anni '70, ancor prima che venisse formulata la feconda ma per tanti versi anche ambigua nozione di «sviluppo sostenibile», vi era già chi perorava la causa di una più saggia «economia dello stato stazionario» (la *steady-state economics* di Daly)²¹. E a maggior ragione oggi, alla luce dei sempre più accurati studi sugli insostenibili impatti dell'*economia-mondo* sul pianeta e

¹⁷ F. Pigliaru, *Economia del turismo: crescita e qualità ambientale*, in R. Paci, S. Usai (cur.) *L'ultima spiaggia*, cit., p. 25, corsivo dell'Autore.

¹⁸ Ivi, p. 27.

¹⁹ Sulla genesi storico-sociale dello *sviluppo*, ovvero dell'ideologia della *crescita economica illimitata*, che da almeno mezzo secolo costituisce la “pietra angolare” del vigente ordine sociale globale, si veda G. Rist, *Lo sviluppo: storia di una credenza occidentale*, Bollati Boringhieri, Torino, 1997.

²⁰ Per una definizione non economicistica su cosa debba intendersi per «sostenibilità» si veda ad esempio il saggio di M. Bagliani, *Sulla terra in punta di piedi. Impronta ecologica e sostenibilità*, in Gruppo di ricerca in didattica delle scienze naturali – Università di Torino, *I volti della sostenibilità. Atti dei seminari*, a cura di E. Camino, C. Ciminelli, Torino, 2002, pp. 17-36.

²¹ Per un'aggiornamento sul suo punto di vista: H. E. Daly, *Oltre la crescita. L'economia dello sviluppo sostenibile*, Edizioni di Comunità, Torino, 2001.

sull'umanità²², continuano a levarsi voci dissenzienti sul sistema economico corrente, e c'è chi senza mezzi termini ritiene che si debba piuttosto puntare ad una *società della decrescita*, conviviale invece che competitiva²³.

3. Territori locali e sostenibilità: questioni di scala.

Come porre in essere un autentico *turismo sostenibile* in Sardegna? Secondo noi per rispondere efficacemente a questa domanda bisogna porsi innanzitutto un'altra: a quale scala territoriale va ricercata e valutata la sostenibilità dello sviluppo da tempo invocata da tutte le agenzie istituzionali?

La scala globale va messa certamente in conto, poiché ci viene continuamente detto che la biosfera così come l'*economia-mondo* sono sistemi unici e indivisibili. Ma dobbiamo chiederci se un certo modo diffuso di "pensare globalmente" sia di per sé sufficiente. Un mondo in cui dei "livelli accettabili" di sostenibilità per le minoranze privilegiate del pianeta siano pagati dalla incessante degradazione sociale e ambientale di innumerevoli *popolazioni, classi sociali e regioni-spazzatura* che in molteplici modi si facciano carico delle conseguenze negative della crescente tecnificazione della biosfera è difatti perfettamente immaginabile, perché *questo è già il ritratto del pianeta in cui viviamo*. Il vero salto di qualità e di efficacia sta invece nell'assumere la logica della sostenibilità come costitutiva del governo di un vastissimo mosaico di sistemi territoriali locali, tanto vasto da essere virtualmente esteso a tutta la terra; sistemi locali che solo in questa specifica prospettiva diventano o

potranno diventare col tempo *auto-sostenibili*²⁴.

Bisognerebbe dunque territorializzare sistematicamente la nozione di sostenibilità, perché tutti gli accordi internazionali di tutela ecologica resteranno lettera morta se non si agirà coerentemente al livello locale (e sempre più a *tutti* i livelli locali, poiché *ogni luogo è centro del mondo*), parametrando i limiti di carico ambientale degli ecosistemi territoriali e rispettandoli di conseguenza.

E' [...] possibile affermare che il concetto di sostenibilità, in sostanza, deve essere definito, all'interno di compatibilità globali, in rapporto ad un dato ambiente. La sostenibilità dello sviluppo è un obiettivo che va territorializzato per poter essere concretamente conseguito, in quanto variano le capacità di carico e le potenzialità di ogni contesto locale. Ma in questo senso occorre ammettere che esisteranno più modelli locali di sostenibilità, attuabili attraverso una riformulazione dello sviluppo sulla base delle caratteristiche specifiche del territorio e degli ecosistemi locali. [...] Da un punto di vista operativo il concetto di sostenibilità locale ha soprattutto il significato di mettere in relazione azioni e scelte in luoghi determinati, a una scala alla quale responsabilizzazione collettiva e individuale possano coincidere²⁵.

Nei limiti del nostro discorso, ne deriva che qualunque utenza turistica, per quanto «alternativa», non dovrebbe superare determinate soglie di carico ambientale, che andrebbero valutate caso per caso, tenendo nel debito conto anche valutazioni oggettive di natura biofisica ed ecosistemica. Qualcosa si sta timidamente muovendo su questo terreno, per esempio con l'istituzione di liste di prenotazione e la fruizione controllata di alcune spiagge particolarmente integre sotto il profilo ambientale, ma è

²² Cfr. A. Masullo, *Il pianeta di tutti. Vivere nei limiti perché la terra abbia un futuro*, EMI, Bologna, 1998, e in prospettiva italiana G. Bologna (cur.), *Italia capace di futuro*, WWF-EMI, Bologna, 2001.

²³ Cfr. ad esempio M. Bonaiuti (cur.), *Obiettivo decrescita*, EMI, Bologna, 2004.

²⁴ Sulla nozione di sviluppo locale autosostenibile cfr. A. Magnaghi, *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Torino, 2000.

²⁵ E. Dansero, *Eco-sistemi locali. Valori dell'economia e ragioni dell'ecologia in un distretto industriale tessile*, FrancoAngeli, Milano, 1996, pp. 44 e 45.

chiaro che si tratta di misure controverse. Da un lato (secondo un punto di vista ancora diffuso) in quanto tali “complicazioni” potrebbero anche determinare lo scoraggiamento dei flussi turistici e il conseguente disappunto degli operatori del settore e del loro indotto. Dall’altro (secondo noi) in quanto viene stabilito l’inedito principio del *consumo pagante* dei luoghi naturali. Pur presentando l’indubbio vantaggio di costituire un deterrente per irresponsabili e vandali, esso potrebbe condurre, in caso di eccessivi incrementi dei pedaggi, a pesanti discriminazioni sociali nella fruizione di beni pubblici che in questo modo subirebbero forme più o meno striscianti o eclatanti di privatizzazione.

A monte di qualunque possibile opzione di politica ambientale da valutare o intraprendere caso per caso, sarebbe a nostro avviso opportuno far entrare decisamente in gioco l’opzione etica di una *versione forte della sostenibilità ambientale*, secondo la quale i beni naturali *non* vanno considerati in alcun modo *sostituibili* con quelli prodotti industrialmente. Secondo questo modo di vedere, il generico aumento del denaro circolante per effetto della commercializzazione intensiva di beni naturali e culturali locali *non può compensare* le comunità dei residenti (come pure l’intera comunità umana) della compromissione di tali beni, col degrado di ecosistemi ad alta biodiversità, la scomparsa di specie animali e vegetali, la diminuita disponibilità di aria e acqua pulite, di suolo agricolo e foreste, l’impermeabilizzazione eccessiva del territorio con aumento di rischi idrogeologici, l’omogeneizzazione e banalizzazione urbanistica e paesaggistica, la privatizzazione escludente di luoghi un tempo accessibili a tutti, la congestione estiva del traffico automobilistico, la perdita di qualità della vita, ecc.

Alla crescente rarefazione delle risorse naturali si può quindi rispondere in due modi distinti e in linea di tendenza mutualmente esclusivi:

1) disponendosi ad «ottimizzare» la compravendita dei beni naturali residui, conformandosi così alle regole di uno sfruttamento utilitaristico e competitivo (ancorché ambientalmente attento) delle risorse economiche;

2) puntando a modelli solidaristici di governo del territorio, che valorizzino la condivisione (il modello degli usi civici comunitari lo insegna) e un sobrio e diffuso godimento locale dei «servizi erogati dalla natura».

E’ chiaro però che finché resteremo irretiti dal “canto delle sirene” della crescita economica, di questa seconda possibilità non potremo darci gran conto. E invece

la falsa infinità che l’idea dello sviluppo illimitato proiettava sul mondo fisico è ormai completamente disgelata nel suo carattere illusorio. E tale nuova consapevolezza generale ha conseguenze di vasta portata. Muta radicalmente le nostre relazioni con il mondo delle cose possedibili. Mette in discussione l’intero equilibrio della appropriazione privata della ricchezza [...]. Se una risorsa si esaurisce, o un bene scompare dalla faccia della terra, il diritto dei singoli a consumarli una volta per tutte si pone sempre più apertamente in contrasto non solo con i diritti collettivi, ma, talora, con gli stessi diritti all’esistenza collettiva. Sempre meno si può essere proprietari esclusivi di qualcosa che la scarsità e la finitezza rendono sempre più acutamente patrimonio generale²⁶.

Si tratta di questioni complesse, che chiamano in causa la riformulazione degli stessi fondamenti normativi e giuridici della nostra organizzazione sociale e territoriale. Ma quali sono le opportunità di un dibattito franco e partecipato su questi temi in società locali pesantemente estromesse dai saperi e dai poteri decisionali sulle modalità di attivazione dei loro stessi beni ambientali? Che margini di negoziazione vi sono ancora per la difesa di

²⁶ P. Bevilacqua, “Il concetto di risorsa: significati e prospettive”, in «Meridiana», n. 37, aprile 2000, pp.13-31, citaz. p. 21.

territori integri che diano ancora di che vivere a tutti i loro abitanti (e non solo oggi ma anche tra cinquanta o trecento anni) quando le popolazioni vivono sempre più il travaglio della sottoccupazione e della precarizzazione economica e sociale, e per ciò stesso risultano più facilmente soggette ai discutibili allettamenti di chi preme su di esse per realizzare operazioni disinvolve e destinate a soddisfare in primo luogo immediati appetiti speculativi?

Non basta poi che i soldi generati dal turismo “arrivino”, perché molte sono le sperequazioni all’interno delle società locali tra chi riesce ad avvantaggiarsi delle trasformazioni turistiche e chi può solo subire gli aumenti dei prezzi di case, terreni e generi di consumo. E’ sempre in agguato il malessere sociale che disgrega coesione e solidarietà *nelle e tra le* collettività, quando l’invidia e il risentimento pubblici montano verso coloro che col turismo sono riusciti ad arricchirsi escludendo altri compaesani oppure, in altri casi, località vicine delle quali hanno però lungamente sfruttato i patrimoni ambientali.

Per promuovere modelli sostenibili di turismo non bastano perciò mere petizioni di principio ma occorrono, quando rese possibili da favorevoli contingenze sociali e cornici istituzionali, concrete iniziative di *empowerment* e di autosviluppo delle comunità interessate, che diano vita a tessiture sociali coerenti e coordinate di operatori locali (un esempio che va in questa direzione è la recente crescita dei *bed & breakfast*, e in sporadici casi persino di reti autogestite di accoglienza familiare). E’ infatti decisivo che ciascuna comunità locale riesca a «prendere in mano la gestione delle proprie risorse, giungendo così da una parte a contollare i relativi proventi economici, dall’altra la genuinità di ciò che viene offerto ai turisti»²⁷. Ma non è certo questo il caso di molte promozioni turistiche convenzionali, per quanto esse risultino accuratamente “tinte di verde”:

²⁷ D. Canestrini, *Andare a quel paese*, cit., p. 45.

C’è il rischio che vengano inseriti nei cataloghi, in modo spregiudicato, segmenti di turismo “responsabile” o forme analoghe, senza che corrispondano nella prassi concrete azioni, puntando sulle asimmetrie informative e sul potere organizzativo. Purtroppo, il *business* globalizzato si è fatto accorto e tende ad aggiungere al suo pacchetto omologato un tocco di locale folklore per alimentare l’illusione della personalizzazione. Si crea così il mito delle “nicchie di mercato” e, dunque, delle differenziazioni fittizie e devianti, favorite proprio dalla flessibilità consentita dalla *new economy*²⁸.

Il turismo non dovrebbe trasformarsi in monocoltura, cioè in attività squilibrata che assume caratteri parossistici, poiché le monoculture generano dipendenza e insostenibilità, incorrendo fatalmente nella logica dei rendimenti decrescenti. Occorrerebbe perciò guardarsi da un eccesso di aspettative sul turismo, poiché per non distruggere le risorse sulla cui fruizione si basa, esso *dovrebbe sempre essere subordinato* a qualcosa di necessariamente più importante: la persistenza e saldezza di mondi vitali i cui equilibri socio-ecologici vanno partecipativamente riprodotti e ricostituiti.

Un turismo significativo e sostenibile dovrebbe in effetti limitarsi ad un ruolo sussidiario e integrativo all’esercizio di attività umane che oggi invece si rivelano in netto declino o sono del tutto scomparse, cioè a pratiche di produzione di beni e servizi *pensate e intraprese dalle comunità per le comunità, e non al servizio di esigenze loro imposte dai mercati globali*²⁹. Attività che un tempo costituivano il tessuto

²⁸ M.G. Totola, “Uno sguardo d’insieme alle nuove tendenze del turismo internazionale”, *Geotema*, n. 15, 2001, pp. 121-131, citaz. p. 125.

²⁹ Concordiamo in questo senso con F. Cassano, *Il pensiero meridiano*, Roma-Bari, Laterza, 1996: le realtà periferiche dell’economia mondiale dovrebbero emanciparsi da quel senso di subalternità che per lungo tempo le ha portate ad autorappresentarsi unicamente in termini di patologica arretratezza, e cercare in se stesse le forze per riappropriarsi autonomamente dei propri progetti di vita.

vitale della quotidianità dei luoghi rurali, i cui assetti autocentrati sono stati sconvolti e quasi sempre dissolti da uno «sviluppo» per alcuni versi *riuscito*, poiché i livelli di reddito e di accesso a molti servizi si sono certo innalzati rispetto al passato, ma anche *distorto ed espropriante*, poiché ha prodotto modelli subalterni, consumistici e alla lunga effimeri di benessere, sgretolando le locali opportunità di prendersi cura dei territori³⁰.

Non è solo questione di vantaggi economici e di «gestione razionale» delle risorse: si tratta di riqualificare sostenibilmente culture e identità locali, e non di farlo esclusivamente in funzione dei mutevoli gusti di un pubblico pagante. E' in gioco molto di più: *l'adozione comune di una appropriata cultura dei luoghi, all'insegna di una rinnovata etica della terra*. Si tratta di una grande sfida collettiva che potrebbe impegnare tutti i cittadini, stabilendo nuove alleanze territoriali tra residenti urbani e rurali. I visitatori potranno davvero esperire il «valore aggiunto» di una giustamente apprezzata autenticità se invece di somministrare loro ulteriori spettacoli e coreografie si punterà alla rigenerazione sociale di attività economiche un tempo fondamentali (agricoltura familiare, edilizia vernacolare, produzioni artigianali, piccole industrie alimentari, attività commerciali a breve raggio). Queste pratiche oggi risultano pressoché smantellate perché rese «non competitive» dai processi di modernizzazione, mentre solo alcune sono state «ripescate» per ri-funzionizzarle come produzioni «di nicchia» per clientele facoltose. I sistemi territoriali locali potrebbero invece essere nuovamente attraversati da flussi di beni eco-compatibili, ma questi ultimi per esserlo appieno dovrebbero anche venire, per quanto possibile, *localmente prodotti e scambiati* in ricostituiti ambiti di prossimità mediante la rivitalizzazione dei mercati regionali. Ma è anche vero che tali attività potranno ri-innervare sistemi territoriali vitali solo se

questi ultimi non continueranno a essere penalizzati da uno stato che non eroga più servizi pubblici indispensabili (trasporti, scuole, ospedali, uffici, ecc.) perché li considera «improduttivi» in termini meramente aziendalistici.

Un'identità locale valida e costruttiva potrà essere espressa solo da chi in luogo di sottomettersi docilmente alle ingiunzioni conformistiche di un obsoleto *felicismo industriale* metterà in gioco i propri saperi nei propri luoghi alla ricerca del senso regionale di una *buona vita* che non deve necessariamente coincidere con lo «sviluppo» energivoro e consumistico a tutt'oggi prospettato alle periferie rurali dai centri di comando metropolitano e globale. Sarebbe una buona occasione perché gli abitanti della cosiddetta «vera Sardegna» non siano più relegati al ruolo di attori passivi, intenti a recitare copioni che sono stati scritti da altri per loro:

E' ambivalente il mito turistico che pone la Sardegna come «ultimo eden» d'Europa. Il rischio è quello di ridurre l'isola a una espressione puramente naturalistica per attirare orde vandaliche in cerca di «scampoli di paradiso». Ciò che più conta è la sua identità ambientale fondata sui caratteri paesaggistico-estetici e storico-culturali. Non si tratta di animare la natura e la cultura con il suggestivo teatrino delle apparenze ma di valutare il profondo senso dell'*abitare* un luogo con intensità antropologica. Anche la dimensione ludica non va vista come teatrino periferico dei piaceri alla moda: l'*homo ludens* è una persona integrale, ricca di umanità e capacità simbolica, ben al di là di ogni futile psicologismo dell'evasione. Sulla frivolezza turistica deve imporsi lo stile di un'*austerità sarda*³¹.

Specialmente il quadro delle pratiche regionali del settore primario andrebbe trasformato coerentemente con le osservazioni finora svolte. Sarebbe perciò necessario disincentivare la pastorizia industriale, oggi ridotta in buona parte a

³⁰ Cfr. ancora Parascandolo, «I caratteri territoriali...», cit.

³¹ B. Bandinu., *L'identità* in Id., P.Churchi, M. Pinna, *Identità cultura scuola*, Domus de Janas, Selargius-CA, 2003, pp. 5-110, citaz. pp. 55-56.

produrre pecorino per i mercati d'esportazione, imponendo gli usuali elementi di fragilità dei sistemi monoculturali. Serve invece un nuovo modello "bioregionale" di agricoltura, di silvicoltura e di pesca, sufficientemente remunerativo per i produttori e ricentrato sul soddisfacimento di esigenze alimentari locali. Vanno ritessuti legami diretti tra i centri urbani e i loro antichi «contadi», considerando ovviamente anche i periodici fabbisogni turistici. Bisognerebbe perciò incentivare la realizzazione di *filiere corte* agroalimentari, difendendosi al contempo dall'egemonia economica delle grandi imprese transnazionali e dall'imposizione di alimenti iper-industrializzati (dagli "animali pazzi" agli OGM e ad altri abusi tecnologici sul vivente). E' tempo di venire a capo di una frustrante insicurezza sulla qualità e salubrità dei cibi con apposite legislazioni e politiche agricole e commerciali e di combattere gli esorbitanti ricarichi dei prezzi effettuati da intermediari che si interpongono parassitariamente tra produttori e consumatori finali, ai danni di entrambi. Oggi circa l'80% del fabbisogno di cibo isolano viene importato. E' un quadro davvero desolante se si pensa che ai tempi in cui la Sardegna viveva nella stagione del «sottosviluppo», essa era nondimeno autosufficiente dal punto di vista della produzione del frumento, mentre ai nostri giorni non raggiunge la sufficienza alimentare neanche con l'olio, il vino e i prodotti ortofrutticoli. Vivere in una «natura incontaminata» da cartolina ci pare una magra consolazione se quotidianamente i sardi vengono privati della sicurezza e sovranità alimentare regionale, con i molteplici costi culturali, sociali e ambientali che questa situazione comporta e potrebbe comportare sempre più in futuro.

E se una corretta valorizzazione dei territori rurali dovesse passare per la diffusione del modello dei *parchi*, ben vengano anch'essi, a patto però che non siano imposti "ecocraticamente" dall'alto. La questione è già stata ampiamente dibattuta, e va sottolineato che

la prospettiva dei parchi può inserirsi in un disegno di sviluppo che preveda i soggetti locali come attori protagonisti del proprio futuro. La comunità locale come soggetto politico, ossia come amministrazione comunale dei beni collettivi, è un presupposto perché l'esercizio dell'autonomia sia un fatto cosciente e diffuso, di responsabilizzazione civica, di partecipazione e di appartenenza [...]. Ecco dunque che l'ipotesi di parchi appare come elemento nuovo dello sviluppo locale, in quanto fa leva sull'endogenità delle risorse complessive, superando la logica dei poli di sviluppo e delle periferie dipendenti, per un'idea di sviluppo puntiforme e autocentrato che ha nell'isola la sua metafora³²

Crediamo insomma che il «turismo alternativo» nelle aree interne non debba essere considerato di per sé *intrinsecamente sostenibile*, anche se ovviamente ciò non comporta che qualunque iniziativa turistica vada scoraggiata, al contrario... Le aree rurali hanno un vitale bisogno di vedere riconosciute le loro preziose funzioni ambientali per le relative società nazionali e per l'intera società-mondo, ma è decisivo il livello di consapevole e responsabile partecipazione delle popolazioni locali ad una riconversione ecologica dei loro territori. Senz'altro esse non dovrebbero stare col cappello in mano nei confronti di "operatori forti" come le grandi *holding* immobiliari, industriali o infrastrutturali, in attesa di vedersi compromettere i loro patrimoni naturali per riceverne poche briciole in termini di ritorni economici. Ma nemmeno dovrebbero illudersi che improvvisandosi protagonisti di un turismo inteso soprattutto come proliferazione edilizia *da loro stesse promossa e controllata* riusciranno ad evitare le trappole di una irrimediabile compromissione e banalizzazione dei loro ambienti di vita.

³² M. L. Piga, "A proposito di parchi: quali attori sociali per quale sviluppo?", in «Quaderni Bolotanesi», n.19, 1993; cfr. anche A. Merler, "Autonomia e insularità. La pratica dell'autonomia vissuta in Sardegna e in altre isole", in «Quaderni Bolotanesi», n.17, 1991.

“LE VOCI DELL’EMIGRAZIONE”

conservare le voci ed i gesti del mondo dell’emigrazione

1 Premessa

Il progetto viene condotto dal “Centro di documentazione delle culture migranti” di Asuni (OR) in collaborazione con l’Università di Sassari – Dipartimento di Teorie e ricerche dei sistemi culturali (Facoltà di Lettere), e prevede le seguenti attività:

- elaborazione delle metodologie di raccolta ed analisi dei materiali scritti ed orali prodotti nel mondo dell’emigrazione;
- scuola estiva per la formazione dei ricercatori sul campo (corso universitario accreditato) e degli operatori locali;
- raccolta, catalogazione e diffusione dei materiali documentali sul web.

I risultati saranno raccolti nel Centro di documentazione stesso e nel costituendo “Museo dell’emigrazione” e saranno resi disponibili al grande pubblico attraverso il sito INTERNET *Sardegna.Destinazioni*, ospitato all’interno del portale istituzionale della Regione Sardegna.

Il progetto prosegue le attività già avviate di raccolta delle testimonianze scritte, principalmente lettere scritte a familiari o a riviste del mondo dell’emigrazione quali “Il Messaggero Sardo”, e dei materiali archivistici che riguardano l’emigrazione sarda organizzata (le Federazioni ed i Circoli dei Sardi costituiti a partire dalla metà del XX secolo nelle città cui si sono indirizzati i flussi migratori sardi).

Il Centro di documentazione ha inoltre avviato un nuovo progetto che mira a raccogliere i materiali scritti e le narrazioni di testimoni ancora in vita e di catalogarli in modo da renderle fruibili ai ricercatori.

2 INTRODUZIONE

I flussi migratori della Sardegna hanno avuto un forte impulso a partire dagli anni ’50. Dalla Sardegna partirono decine di migliaia di persone, soprattutto giovani.

La Sardegna si impoverì di circa un’intera generazione ed il mondo sperimentò una nuova esperienza: una straordinaria mescolanza di popoli e di tradizioni differenti, difficilmente comprensibile oggi, quando chi si avvicina ad una nuova terra è preparato a quello che lo aspetta attraverso le notizie e le immagini della televisione e dei mezzi di comunicazione di massa.

Emigrare allora significava veramente approdare ad un altro mondo che occorreva scoprire senza avere “mappe” culturali che permettessero una più facile integrazione.

Molti emigrati ritornarono in Sardegna, mentre altri si stabilirono definitivamente nelle terre che li accolsero. Ora, con il passare degli anni, il numero dei superstiti diminuisce costantemente e tra poco delle loro straordinarie esperienze di vita rimarranno poche tracce materiali, e nessuna immateriale, quali le voci, la gestualità ed in genere le testimonianze orali.

La Sardegna moderna è stata così profondamente segnata dal fenomeno dell’emigrazione, che non può essere raccontata la sua storia sociale, culturale ed economica senza raccontare anche la storia dell’emigrazione sarda e delle specificità che questa ebbe nel panorama delle grandi migrazioni del XIX e XX secolo.

3 DESCRIZIONE GENERALE DEL PROGETTO

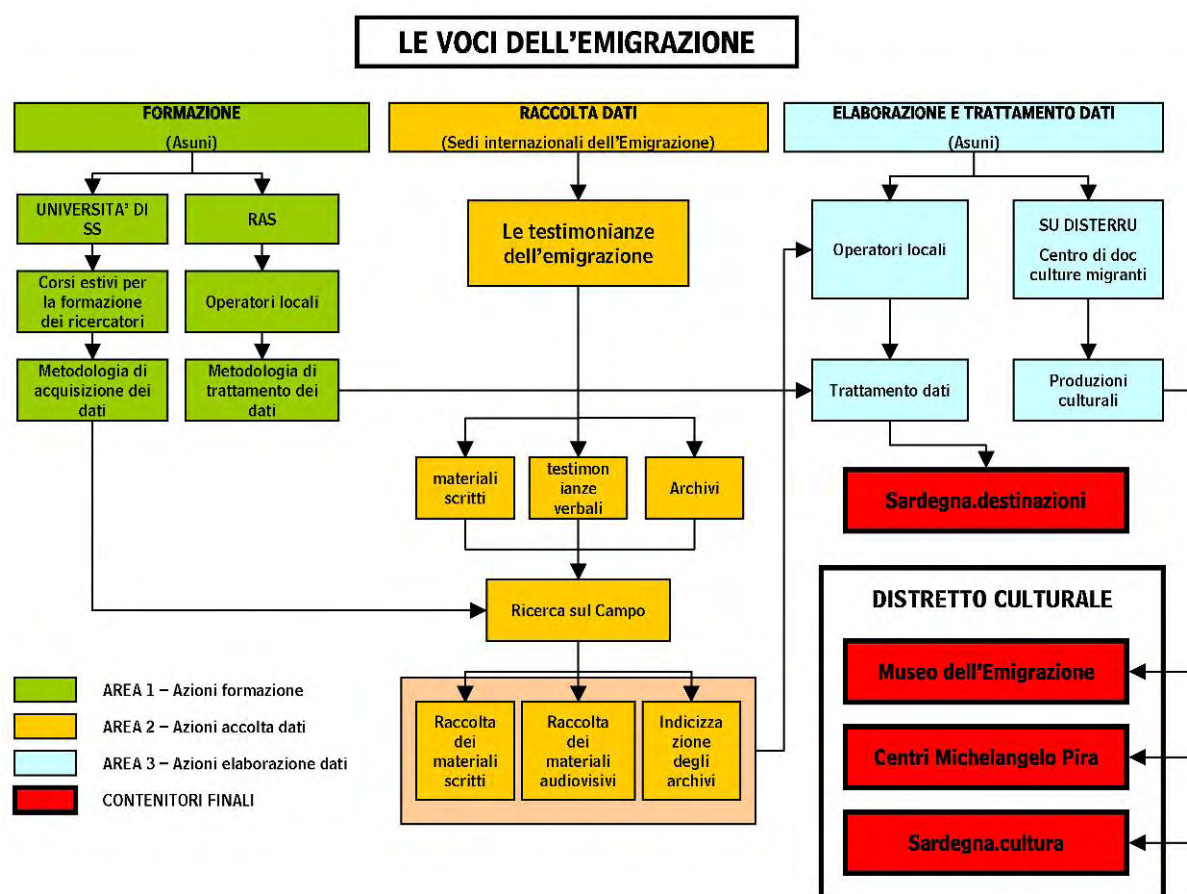
La ricerca, raccolta e catalogazione di dati documentali sul fenomeno dell'emigrazione sarda, per la varietà di aspetti e di aree geografiche coinvolte, è un problema che va affrontato con una solida base metodologica. Le attività preliminari finora svolte hanno portato alla definizione di un progetto articolato in tre aree parallele:

1. Formazione degli operatori;
2. Acquisizione e trattamento del materiale documentale;
3. Formattazione dei dati, degli studi e dei materiali raccolti e loro diffusione attraverso la rete.

Preliminare a queste fasi ci sarà la definizione ed il consolidamento della metodologia, già sperimentata sul campo in occasione di interviste raccolte a Torino e a Bruxelles.

3.1 Schema riassuntivo del progetto

La figura presenta graficamente i differenti elementi che costituiscono il progetto. Per ogni elemento definito come "Azione" sono presentati nel seguito i dettagli illustrativi.



4 DEFINIZIONE DELLA METODOLOGIA

La metodologia di acquisizione e trattamento dei dati non sarà limitata alle sole fonti orali, ma, per omogeneità di raccolta e conservazione, includerà anche le fonti scritte.

4.1 *Testimonianze verbali*

L'attività prevede le seguenti attività:

- bozza di metodologia di conduzione dell'intervista e catalogazione delle informazioni, in base alle esperienze già maturate dal comitato scientifico dell'Associazione "Su Disterru", che raccoglie studiosi dei fenomeni migratori ed esperti indicati dalle diverse federazioni dell'emigrazione sarda nel mondo;
- verifica della metodologia preliminare a fronte degli standard metodologici adottati nei centri documentazione della narrativa popolare (Unesco - "Federazione degli Archivi della scrittura popolare" di Trento)
- definizione delle schede per l'archiviazione delle informazioni di supporto;
- definizione dei formati digitali di conservazione, archiviazione e diffusione dei dati;
- sperimentazione del metodo in tre sedi di emigrazione, condotte da un'unica persona;
- sperimentazione del metodo in una differente sede da un'altra persona non coinvolta nella messa a punto del metodo, in modo da verificare la sua estensibilità;
- consolidamento della metodologia di conduzione dell'intervista e catalogazione.

4.2 *Materiali scritti*

L'attività prevede le seguenti attività:

- consolidamento dei criteri di classificazione già adottati per lo studio delle lettere scritte al "Messaggero sardo"
- sperimentazione dei criteri di classificazione del corpus, in via di acquisizione, di lettere scritte a familiari e contenenti narrazioni di vicende di emigrazione;

La catalogazione viene realizzata in base a criteri di natura cronologica e di provenienza geografica, più ulteriori indicazioni quali: sesso, età, attività, luoghi di partenza, livello di scolarizzazione e altro.

Saranno anche tenuti presenti aspetti legati alla privacy dei testimoni e ad eventuali copyright legati ai materiali raccolti.

4.3 *Gli archivi del mondo dell'emigrazione*

L'emigrazione organizzata ha ormai oltre 50 anni di vita. In questo tempo sono stati prodotti un'ingente quantità di materiali che, non ricadendo sotto l'interesse delle Sovrintendenze archivistiche e quindi non soggetto ad interessi di conservazione da parte delle istituzioni pubbliche, corre il rischio di essere perso.

La metodologia di raccolta, l'acquisizione e la conservazione sarà concordata con archivisti esperti nelle fonti contemporanee e in stretta corrispondenza con le metodiche in uso negli archivi di stato di Cagliari e Sassari.

Senza peraltro dimenticare che i modelli archivistici applicabili ai materiali che il museo intende prendere in considerazione, devono comunque adattarsi a una realtà estremamente parcellizzata. Fra i tanti problemi bisogna infatti considerare quello della dispersione geografica della documentazione e il fatto che spesso i materiali sono rivolti a temi e problemi fra di loro di difficile collegamento. Infine, i gruppi organizzati di Sardi, oltre che attraverso le federazioni (che rimangono certamente le fonti più

importanti di ricerca) sono da sempre strutturati in gruppi di interesse spontaneo: associazioni sportive, gruppi di volontariato su temi quali l'anemia mediterranea, o di aiuto a paesi del terzo mondo, ecc. Si tratta perciò a livello archivistico di una ricerca che nel tempo dovrà prevedere non pochi aggiustamenti.

4.4 Consolidamento metodologia

Le metodologie per il trattamento dei materiali scritti e verbali (audiovisivi) saranno confrontate in modo da evitare conflitti e definire formati unici di classificazione informatica.

Saranno definiti moduli unificati per la classificazione dei testimoni e la ricostruzione cronologica delle vicende narrate.

I metodi saranno editati sotto forma "Guide per i ricercatori" che faranno parte fondamentale dei materiali didattici utilizzati nella seconda fase del progetto.

5 FORMAZIONE DEGLI OPERATORI

L'aspetto formativo prevede due sezioni, una prima, in collaborazione col Dipartimento di Teorie e ricerche dei sistemi culturali (Facoltà di Lettere), dell'Università di Sassari sarà mirata alla formazione dei ricercatori che sul campo raccoglieranno i dati ed i documenti utili alla realizzazione del progetto; una seconda, in collaborazione con la RAS, servirà a formare gli operatori che renderanno visibili attraverso la rete i risultati di questo lavoro.

5.1 Formazione dei ricercatori

La formazione dei ricercatori avverrà tramite un "Scuola estiva" che si terrà nel Comune di Asuni.

La scuola estiva avrà status di corso universitario accreditato dall'Università di Sassari e quindi permetterà all'allievo di conseguire Crediti Formativi Universitari riconoscibili anche da altri Atenei. Al corso parteciperanno sia studenti universitari sia di altre istituzioni formative, italiane o estere. Tali studenti saranno poi coinvolti, nelle varie sedi di emigrazione interessate al progetto, nella realizzazione delle interviste e nella raccolta dei materiali scritti.

Il Corso si terrà nei mesi estivi nel Comune di Asuni ed avrà carattere residenziale (gli allievi saranno ospitati in famiglia).

Sono indicativamente previsti 20 allievi, dei quali almeno la metà provenienti dalle varie sedi di emigrazione. La selezione di questi allievi sarà curata dalle Federazioni nazionali delle Associazioni degli emigranti.

La progettazione didattica sarà curata dall'Università di Sassari, mentre l'organizzazione sarà curata da Su Disterru.

La docenza sarà fornita da professori indicati di comune accordo dall'Università di Sassari e dall'Associazione Su Disterru.

La metodologia didattica prevederà sia lezioni d'aula relative alle metodologie etnografiche ed alla storia dell'emigrazione, sia esercitazioni pratiche sulle tecniche di acquisizione dei materiali e sul successivo trattamento informatico. Il corso prevede anche nozioni di trascrizione in IPA (International Phonetic Alphabet) dei brani in sardo.

5.2 *Formazione degli operatori locali per il trattamento e la divulgazione dei dati*

Poiché il sito sarà ospitato dalla struttura informatica regionale, occorrerà formare operatori esperti negli strumenti SW utilizzati nel sito. Tale formazione sarà curata dagli esperti della struttura tecnica regionale che cura la comunicazione web della RAS e sarà rivolta ai partner del progetto che si occuperanno di implementare i materiali raccolti.

I dati raccolti sul campo dai ricercatori, interviste pubblicazioni e valutazione degli archivi verranno convogliati presso le strutture del centro di documentazione sulle culture migranti e qui saranno trattati per poter essere resi fruibili nel contenitore web *sardegna.destinazioni*

La struttura operativa che lavorerà sull'implementazione sul sito dei dati raccolti viene individuata ad Asuni costruendo così un tassello importante del progetto di sviluppo locale che pone il piccolo centro della Marmilla al centro del progetto internazionale di raccordo fra la Sardegna di dentro e quella di fuori.

Il momento della formazione, svolto in collaborazione con la struttura regionale ha lo scopo di fornire agli operatori locali che interagiscono col sito *sardegna.destinazioni* le conoscenze necessarie affinché si attui la migliore ottimizzazione delle azioni di pubblicazione dei materiali raccolti

In questa fase è necessario definire:

- gli standard sui formati dei dati digitali.
- I criteri per l'accettazione dei contenuti in pubblicazione da parte della redazione del sito
- Le informazioni relative al livello di interazione che viene accordato al Centro di documentazione sul sito *sardegna.destinazioni*.

6 LE TESTIMONIANZE DELL'EMIGRAZIONE

Il progetto ha l'obiettivo di costituire un archivio dei materiali scritti ed orali del mondo dell'emigrazione e di renderli fruibili sia attraverso il sito tematico *Sardegna.destinazioni*, sia attraverso il "Centro di documentazione delle culture migranti" ed il "Museo dell'Emigrazione" di Asuni.

I materiali sono classificabili in tre aree:

- **materiali scritti**, nella forma di:
 - scritture privata (principalmente lettere rivolte a familiari, ad istituzioni quali Circoli o Amministrazioni, a riviste /giornali)
 - scritture "pubbliche", dove l'emigrante riflette sulla propria esperienza e intende narrarla, con intenti didascalici, letterari e così via.
- **materiali audiovisivi**:
 - interviste ad emigranti, secondo un metodo descritto nella "Guida dell'Intervistatore" per documentare storie di vita di emigrati sardi
- **materiali archivistici**:
 - indicizzazione e catalogazioni dei materiali d'archivio provenienti dal mondo dell'emigrazione organizzata.

6.1 Raccolta dati: Materiali scritti

L'azione prevede la raccolta di materiali letterari sia afferenti all'area scrittura pubblica (pubblicazioni) che a quella della scrittura privata (memorie e lettere).

Scrittura pubblica

Selezione e acquisizione dei fondi conservati presso istituzioni pubbliche (circoli degli emigrati, giornali e riviste) relativi a esperienze di emigrazione sarda nei paesi interessati dalle ricerche. I materiali saranno archiviati adottando i criteri di classificazione messi a punto per lo studio delle lettere scritte al "Messaggero sardo", rivista di riferimento del mondo dell'emigrazione sarda nel mondo.

Scrittura privata

L'attività riguarda le lettere scritte a familiari e contenenti narrazioni di vicende di emigrazione; La catalogazione viene realizzata in base a criteri di natura cronologica e di provenienza geografica, più ulteriori indicazioni quali: sesso, età, attività, luoghi di partenza, livello di scolarizzazione e altro. Saranno anche tenuti presenti aspetti legati alla privacy dei testimoni e ad eventuali copyright legati ai materiali raccolti.

6.2 Raccolta dati: materiali Audiovisivi

L'azione prevede le seguenti attività:

- realizzazione delle interviste nelle sedi aderenti al progetto;
- creazione di una rete per l'interscambio delle esperienze (adottando la metodologia messa a punto);
- classificazione delle interviste nelle sedi coinvolte nel progetto;
- post-produzione delle interviste (formattazione, duplicazione, archiviazione)
- diffusione dei risultati;
- periodici seminari per ridefinire il metodo e rivedere i temi di indagine.

Al progetto è allegata la "Guida all'intervistatore", già messa a punto per condurre e classificare le interviste con modalità omogenee.

6.3 Gli archivi del mondo dell'emigrazione

In questa prima fase del progetto si insegue l'obiettivo di valutare la consistenza degli archivi e creare dei cataloghi consultabili on line per i principali materiali presenti nell'archivio della federazione italiana. L'azione prevede le seguenti attività:

- Analisi dei potenziali "giacimenti di informazioni" (archivi dei Circoli, archivi delle Federazioni, archivio degli assessorati locali legati alle problematiche sociali, alla cultura ecc.);
- Cernita dei materiali, prima classificazione e trasferimento cataloghi ad Asuni;
- Formattazione dei dati per la pubblicazione sul web;
- Duplicazione / digitalizzazione dei materiali deperibili o non trasferibili presso il "Centro di documentazione" di Asuni (previa definizione dei materiali valutati significativi).

7 Elaborazione e catalogazione dei materiali

7.1 *Trattamento delle testimonianze dell'emigrazione*

La documentazione cartacea e digitale raccolta e organizzata sarà sottoposta a un processo di elaborazione e preparazione per la pubblicazione con la conseguente conversione di tali documenti in immagini digitali, poi memorizzate su CD, DVD o altri supporti di archiviazione magnetici. L'acquisizione delle immagini sarà realizzata con l'uso di uno scanner ad alta definizione ed effettuata dai ricercatori stessi, nel rispetto dei documenti. Anche nell'archiviazione delle immagini digitali si seguiranno i criteri metodologici definiti, in modo che i documenti elettronici potranno essere facilmente reperibili, consultabili e fruibili sia su rete locale che su web. Queste attività verranno svolte ad Asuni da operatori locali, presso il centro di documentazione delle culture migranti.

L'azione prevede le seguenti attività:

- Elaborazione digitale e classificazione dei materiali scritti reperiti presso il centro di documentazione
- classificazione delle interviste girate nelle sedi coinvolte nel progetto e archiviazione nastri
- postproduzione delle interviste (formattazione, duplicazione, archiviazione)
- Formattazione degli indici d'archivio
- Pubblicazione dei materiali su *Sardegna.destinazioni*
- diffusione dei risultati;

7.2 *Output dei materiali raccolti*

I materiali raccolti e selezionati vengono raccolti in prima istanza nel sito tematico *Sardegna.destinazioni* dove grazie al database di informazioni elaborato dalla RAS saranno resi fruibili in una struttura comunicativa avanzata.

In collaborazione con la RAS vengono individuate le aree tematiche e le strutture comunicative più adatte per la presentazione dei risultati nell'ottica che il sito *sardegna.destinazioni* sia il principale mirror delle attività del centro di documentazione sulle culture migranti.

Altri esiti della ricerca sono legati alle produzioni culturali che possono derivare dal materiale documentale che in questa fase viene convogliato ad Asuni. L'associazione "Su Disterru" ed il "Centro di documentazione e sulle culture migranti" svolgono infatti ad Asuni una intensa attività culturale legata ai temi della migranza. Su questo aspetto si concretizza sempre più l'idea di distretto culturale che si vuole mettere in atto ad Asuni e nei paesi della Marmilla, con produzioni letterarie, artistiche e legate in genere al mondo della cultura.

Un output locale di queste attività sarà certamente il nascente museo dell'emigrazione che conserverà ed esporrà delle sintesi artistiche elaborate sugli esiti della ricerca sul campo e delle esperienze migranti raccolte.

Inoltre la somma delle operazioni in atto potrebbe concretizzare uno dei primi centri Michelangelo Pira che la regione Sardegna progetta di istituire nei piccoli comuni sardi e potrebbe fornire contenuti per il sito *sardegna.cultura*

8 SVILUPPI SUCCESSIVI

8.1 *Mirror dei materiali relativi all'emigrazione sarda nel mondo*

Interscambio e duplicazione dei materiali riguardanti l'emigrazione sarda nel mondo (es: le interviste di interesse dell'emigrazione sarda raccolte dalla "Ellis Island Foundation" di New York – la raccolta dei dati dell'emigrazione italiana nel mondo curata dalla Fondazione Agnelli di Torino).

8.2 *Le "tracce mediatiche" dell'emigrazione*

Il mondo dell'emigrazione sarda, ha prodotto in questi decenni, attraverso convegni, seminari, manifestazioni e iniziative editoriali, una grande massa di documenti.

Attraverso questa sterminata produzione si possono leggere in rigorosa progressione i problemi e i dibattiti che hanno attraversato "i sardi di fuori" in questi ultimi sessanta anni. Tale documentazione, unita a quella fotografica, al materiale video, ai filmati autoprodotti, a quelli che fanno parte degli archivi di molte reti televisive italiane e non solo, possiamo leggere l'intera traccia degli "atti di parola" del mondo dei sardi di fuori: per tale ragione bisogna considerare la "fonte scritta" forse fra gli oggetti più importante dal punto di vista storico dell'emigrazione sarda e la fonte documentaria più veritiera dei processi di cui sono stati protagonisti i sardi che vivono fuori dall'isola.

Malauguratamente questa enorme mole di materiale si trova al momento difficilmente consultabile, disgregata com'è in mille rivoli, divisa in piccoli archivi di circoli e di federazione, oltre che in altri luoghi di difficile consultazione.

Il personale formato all'acquisizione delle fonti orali e scritte prodotte direttamente dagli "emigranti" avrà anche l'obiettivo di acquisire le fonti scritte prodotte dall'emigrazione organizzata. Tali materiali saranno poi oggetto di un progetto parallelo che definirà gli approcci archivistici ed i metodi di catalogazione in grado di rendere la grande massa di materiale a disposizione consultabile sia dagli studiosi che dal grande pubblico.

8.3 *Percorso museale: Le voci dei sardi nel mondo - Le voci del mondo in Sardegna*

Realizzazione di un percorso museale, nel costituendo Museo dell'emigrazione, che raccolga le voci e le scritture dei sardi del mondo. Queste testimonianze dovranno essere presentate in modo da valorizzarne gli aspetti emotivamente più coinvolgenti e scientificamente più rilevanti.

Il percorso sarà realizzato in modo da poter essere trasportato ed essere quindi reso disponibile gratuitamente a tutti i circoli e alle federazioni che ne faranno richiesta

Alle voci dei sardi nel mondo verranno contrapposte le voci dei nuovi abitanti della Sardegna (senegalesi, nativi dell'est europeo ecc.) che possono presentare un altro aspetto dell'identità sarda.

9 RILEVANZA ECONOMICA DEL PROGETTO

L'impegno di risorse economiche impone di valutare, assieme alla rilevanza culturale, anche la ricaduta economica del progetto, in modo da giustificarne la realizzazione.

Le ricadute economiche sono sia dirette che indirette:

- dirette: il corso estivo porterà un numero significativo di persone a soggiornare ad Asuni e quindi a far sviluppare la capacità ricettiva del paese, basata non su strutture fisse (alberghi, ristoranti) quanto sull'ospitalità a pagamento offerta dai privati
- indirette: il corso estivo non dovrà essere un episodio isolato, ma dovrà portare allo sviluppo di una vera e propria sede per corsi di formazione superiore ed universitaria, su temi non necessariamente legati allo studio del mondo dell'emigrazione; in questo modo si offrirà una nuova opportunità di sviluppo ad una zona interna della Sardegna, con ricadute immediate sull'economica locale, sia per i compensi sui servizi offerti, sia per l'opportunità di far conoscere le risorse locali.

Inoltre deve essere tenuta in conto la rilevanza che può avere la rete di relazioni che si stabilirà tra gli allievi del corso, provenienti da differenti ambienti (mondo universitario sardo e non, mondo dell'emigrazione).

Tali reti di relazioni sono ritenute infatti estremamente importanti per lo sviluppo e quindi per l'occupazione, tanto da trovare uno spazio crescente nelle strategie europee e nazionali. Le reti costituite da attori (quali gli allievi del corso, i docenti, gli operatori locali) e risorse (sia economiche, da parte degli sponsor, sia indirettamente generate come quelle sopra indicate) hanno un valore che oltrepassa quello delle attività per le quali tali reti nascono. Tali "reti" iniziano a vivere di vita propria e costituiscono quindi un nuovo "attore collettivo" che supera le barriere geografiche, di conoscenza, di interessi individuali dei singoli componenti della rete. In particolare, la rete che si formerà attraverso il progetto consentirà alle piccole comunità locali coinvolte nel progetto di disporre di "scorciatoie" verso il mondo esterno, e quindi ad essere agevolate nella loro ricerca di spazi entro cui far conoscere e far apprezzare le specificità locali.

GUIDA DELL'INTERVISTATORE

1 Premessa

La presente guida ha l'obiettivo di uniformare gli approcci seguiti dagli intervistatore volontari coinvolti nel progetto "Le voci dell'emigrazione", in modo che i materiali raccolti nelle varie sedi siano confrontabili tra di loro ed abbiano un aspetto formale professionale, pur essendo raccolti da volontari non espressamente formati nelle tecniche delle indagini qualitative e delle indagini semistrutturate.

2 Chi intervistare?

Per evitare che vengano raccolti materiali audiovisivi non pertinenti agli interessi del centro di documentazione, gli intervistati debbono rispondere alla categoria di "emigrati", che è, a sua volta così ampia da non poter essere utilizzata operativamente.

I requisiti da tenere presenti sono:

- reddito personale prodotto al di fuori dell'Isola per periodi di tempo significativi
- lunga permanenza al di fuori di Sardegna
- possibilità di lavoro anche in Sardegna, ma rifiutato in quanto ritenuto meno interessante di quello da "emigrante"
- livello culturale medio-basso
- limitata conoscenza iniziale del terra d'arrivo

In particolare, non sono da ritenere interessanti interviste condotte a medici – professionisti – insegnanti ecc. che hanno deciso di lavorare al di fuori di Sardegna per un migliore / diverso sviluppo personale.

Le motivazioni di eventuali interviste debbono essere giustificate, ad esempio:

- lunga permanenza al di fuori
- osservatorio sulle situazioni di emigrazione vissute da corregionali
- capacità di concettualizzare la propria esperienza

3 Tipologie di intervista

Le interviste sono di due tipi

- intervista in residenza
- intervista sui luoghi di vita dell'intervistato

L'intervista in residenza viene svolta al chiuso ed ha l'obiettivo di evocare i ricordi dell'intervistato, guidati dalle domande dell'intervistatore, che solleciterà l'intervistato sui differenti temi di indagine, senza però dare l'impressione di seguire una traccia predefinita (intervista semistrutturata).

In questo tipo di intervista vengono raccolte le informazioni biografiche sull'intervistato e sulla propria rete di conoscenze.

È l'intervista da condurre per prima, anche quando non esiste conoscenza tra intervistato ed intervistatore.

L'intervista sui luoghi di vita dell'intervistato viene invece condotta "all'aperto" ed è meno strutturata, in quanto l'intervistato viene lasciato libero di descrivere i posti nei quali si è svolta la propria esperienza di vita.

Questa intervista presume che l'intervistato parli senza sollecitazioni; quindi deve essere stato già introdotto (possibilmente con una intervista in residenza) agli scopi dell'indagine. Nella ripresa, l'intervistatore non appare, ma aziona la camera. Deve pertanto avere dimestichezza con i comandi della videocamera e deve effettuare riprese non mosse.

4 Intervista in residenza

L'intervista in residenza viene effettuata "in studio", cioè in un ambiente al chiuso, neutro, dove ci sono solo l'intervistatore e l'intervistato. L'ambiente neutro permette di dare spazio ai ricordi dell'intervistato, ma non significa però necessariamente assenza di oggetti, se, ad esempio, l'intervista viene effettuata in casa, l'intervistato può condurre l'intervistatore per mostrare oggetti e ricordi della propria esperienza, ma sono oggetti "non autoesplicativi": per comprendere il significato occorre la parola e la narrazione dell'intervistato.

4.1 Predisposizione del set

Occorre predisporre un set cinematografico minimo, per permettere una ripresa adeguata, senza che la camera sia nascosta, ma nemmeno sia una presenza ingombrante.

4.1.1 Dotazione

- videocamera
- cavalletto
- telecomando
- microfono remoto
- illuminatore
- cronometro

4.1.2 Istruzioni

1. Disporre le due poltrone / sedie in posizione da conversazione (orientate a 120° tra di loro, in modo che il terzo vertice sia idealmente costituito dalla videocamera)
2. predisporre le luci in modo che siano illuminati intervistatore ed intervistato, senza però dare eccessiva enfasi allo sfondo
3. orientare la telecamera a 1/3 della distanza tra l'intervistatore e l'intervistato (in modo che eventuali zoomate permettano di isolare il volto dell'intervistato)
4. ampliare l'angolo visuale della videocamera in modo da riprendere intervistato ed intervistatore
5. posizionare il monitor della videocamera in modo da poter essere vista dall'intervistatore (per il controllo della ripresa e delle eventuali zoomate)
6. disporre il cronometro in posizione visibile dall'intervistatore
7. predisporre la cartella che l'intervistatore avrà in mano, nella cartella è contenuto il modello "contenuti", che sarà compilato durante l'intervista solo nei campi "argomenti" e "tempo".

4.2 Attività preliminari all'intervista

Prima dell'intervista vera e propria occorre preparare la giusta atmosfera tra intervistato ed intervistatore ed acquisire le informazioni necessarie alla classificazione dell'intervista.

4.2.1 Istruzioni

- Presentare il Museo dell'Emigrazione e gli scopi per il quale è nato

- Presentare il progetto “Le voci dell’emigrazione”, cioè raccogliere storie significative di un mondo che non ci sarà più. Introdurre il concetto con frasi quali:
 probabilmente la vostra generazione è stata l’ultima che è partita dalla Sardegna con poche informazioni sul luogo dove sareste poi andati a vivere; oggi, con la televisione ed i giornali, anche se uno va all’altro capo del mondo. qualche notizia c’è l’ha già, e quindi può quindi immaginarsi che cosa l’aspetterà, ma voi...
 presentare qualche vicenda conosciuta attraverso le interviste e l’interesse che queste hanno suscitato
- presentarsi (nome e cognome, qualche dato biografico, tra cui il paese della Sardegna di origine)
- spiegare quali utilizzi saranno fatti dell’intervista e quale visibilità avrà:
 - o l’intervista completa di nome e cognome sarà resa disponibile al pubblico attraverso INTERNET
 - o l’intervista completa di nome e cognome sarà resa disponibile al pubblico solo nel centro di documentazione
 - o l’intervista sarà resa anonima e sarà resa disponibile nei mezzi che il Museo riterrà opportuno
 - o potrà essere reso pubblico solo la trascrizione dell’intervista (quindi nessuna immagine)
 - o se si vuole tenere riservati alcuni episodi narrati, indicare esplicitamente quali fatti debbono essere tenuti nascosti e per quanti anni
 - o
- far firmare il modulo della liberatoria per la privacy, barrando come opportuno le caselle relative alla visibilità concessa dall’intervistato
- acquisire i dati dell’intervistato; approfittandone per avviare la conoscenza dell’intervistato e gli elementi da utilizzare per avviare l’intervista – compilare il modulo
- spiegare come verrà condotta l’intervista e soprattutto che l’intervistatore prenderà degli appunti in un apposito modulo, questi appunti servono per ricordare gli elementi più interessanti su un insieme di concetti chiave; si suggerisce di far vedere l’elenco di questi concetti in modo che l’intervistato possa già avere il quadro degli elementi sui quali verte- rà l’intervista. Puntualizzare che l’elenco dei concetti chiave non è né obbligatorio né completo.

4.3 Svolgimento dell’intervista

Il compito dell’intervistatore è quello di sollecitare ricordi e puntualizzare elementi poco chiari. mai quello di proporre un proprio punto di vista o giudizi puntuali sul comportamento dell’intervistato (l’intervistatore deve al massimo esprimere il comune buon senso).

4.3.1 Introduzione:

Avviare l’intervista con una frase standard, che riassume le informazioni sull’intervistato.

Oggi (giorno, mese anno), qui a (città e luogo di svolgimento dell’intervista), il sig. racconterà la sua storia di “sardo di fuori” (o “emigrato”, se l’intervistato ha mostrato di preferire questo termine).

Il sig. (o altro titolo) (nome di battesimo) racconterà ora la propria storia.

[se ci sono momenti di imbarazzo, far partire indicando il luogo di nascita e i ricordi d’infanzia.

L’intervista è semi-strutturata, cioè l’intervistato sollecita l’intervistato a parlare degli argomenti descritti dalle “parole chiave primarie”.

4.3.2 Parole chiave primarie

- o La situazione familiare in Sardegna prima della partenza
- o Gli studi in Sardegna
- o I motivi all’emigrazione

- la percezione della situazione economica e sociale sarda prima della partenza
- Il primo viaggio
- La rete di amicizie in Sardegna
- L'integrazione nella terra di emigrazione:
 - le reti di amicizie stabilite
 - le nazionalità integrate
 - i rapporti instaurati: politici, amicali, affettivi
- I contatti con gli altri emigrati sardi
- I contatti con gli altri emigrati
- I contatti con i nativi
- La lingua parlata: italiano – (variante di) sardo – lingua dello stato ospitante
- problemi di cittadinanza – percezione del valore della cittadinanza italiana
- La situazione economica iniziale
- L'evoluzione della situazione economica
- La percezione del miglioramento (economico – sociale)
- I ritorni in Sardegna
- La percezione del proprio contributo alla terra di partenza
- La percezione dei contributi portati nella terra d'arrivo
- La percezione dei cambiamenti in Sardegna
- Se ci sono figli, come questi vedono la Sardegna
- Come la moglie vede la Sardegna
- Come viene vista la Sardegna attuale
- Come vede il futuro della Sardegna
- Come vede il proprio futuro . prospettive di ritorno in Sardegna
- Quali suggerimenti dare allo sviluppo della Sardegna
- Il giudizio globale sull'esperienza dell'emigrazione

4.3.3 Durata dell'intervista

Non superare l'ora, per non stancare l'intervistato e per ridurre il carico di lavoro di post – intervista.

4.3.4 Riprese

Utilizzare lo zoom con moderazione, per riprendere le espressioni dell'intervistato, nel corso di lunghe narrazioni senza l'intervento dell'intervistato.

Nel caso che l'intervistato voglia far vedere oggetti, l'intervistatore può prendere in mano la telecamera (senza mai interrompere la ripresa) e seguire i movimenti e le descrizioni dell'intervistato.

Non interrompere mai le riprese.

Nel caso che questo si renda necessario (l'intervistatore non vuole essere più ripreso perché sta narrando cose particolari, oppure è emozionato ecc. ecc.), segnare nel diario:

- tempo e durata dell'interruzione
- motivo
- quel che è avvenuto nel frattempo.

4.3.5 Conclusione

Al momento dei saluti, proporre, se ritenuto opportuno, di continuare l'intervista facendosi accompagnare in luoghi che l'intervistato ritiene significativi per la propria esperienza (il primo quartiere nel quale si è vissuti – la fabbrica nella quale si è lavorato . il circolo di amici nel quale si faranno conoscere altri amici ecc. ecc.).

4.3.6 *Compilazione dei moduli finali*

Rivedere i seguenti moduli compilati prima dell'intervista (magari con la premessa "Mi sembra, da quello che mi ha detto, che ho registrato male i suoi dati biografici. Le spiace se li rivediamo insieme?").

Se ritenuto ben accetto, compilare assieme il modulo con le notizie di tipo economico patrimoniale.

5 **L'intervista sui luoghi di vita dell'intervistato**

Questo tipo di intervista ha un formato molto più libero.

Le seguenti indicazioni sono date per rendere più agevole il lavoro dell'intervistatore quando questi è solo; se invece fosse disponibile un "operatore alla macchina", l'intervistatore deve preoccuparsi solo di gestire i ricordi dell'intervistato, e non anche quello di effettuare riprese decenti.

5.1 *Preparazione dell'intervistato*

Appuntare sul bavero dell'intervistato il microfono remoto.

Indossare le cuffie, in modo da poter avere il controllo sul livello di registrazione.

5.1.1 *Introduzione:*

Avviare l'intervista con una frase standard, che riassume le informazioni sull'intervistato.

Oggi (giorno, mese anno), qui a (città e luogo di svolgimento dell'intervista), il sig. racconterà la storia del (enunciare il tema dell'intervista ed il luogo nel quale ci si trova).

L'intervista non è strutturata, le parole chiave saranno identificate in fase di analisi post intervista.

5.1.2 *Durata dell'intervista*

Non superare la mezz'ora, ma solamente per ridurre il carico di lavoro di post – intervista.

5.1.3 *Riprese*

Utilizzare lo zoom con moderazione, per riprendere le espressioni dell'intervistato ed i dettagli dei luoghi descritti.

Se possibile, usare un cavalletto o una monogamba, per evitare fastidiose oscillazioni

Preferibilmente usare movimenti di macchina (da sinistra a destra).

Sono ammesse le interruzioni delle riprese, quando ci si deve spostare da un punto ad un altro o quando l'intervistatore mostra di voler parlare di altri argomenti non collegati alla sua narrazione.

5.1.4 *Conclusione*

Non necessariamente l'intervista deve concludersi con una chiusura netta. Quando l'intervistato non ha nulla da dire, l'intervista finisce!

6 **Attività post-intervista**

Alla conclusione dell'intervista, il materiale deve essere "normalizzato" agli standard predefiniti.

6.1 *Modulistica*

Rivedere i moduli e, se poco chiari, ricopiarli su moduli nuovi.

Il set di moduli di accompagnamento ad ogni intervista deve essere:

- notizie biografiche, incluso, se compilato, il foglio “situazione economico – patrimoniale”
- rete di conoscenze
- diario dell’intervista
- liberatoria privacy

6.2 *Post-produzione video*

6.2.1 Classificazione dei temi

Il nastro viene esaminato e vengono classificati gli elementi salienti.
Si utilizza il SW TRANSANA.

6.2.2 Riversamento su file compresso

Il file .avi viene trasformato in file ad alta compressione, mantenendo gli stessi time code, in modo da consentire una rapida ricerca dei clip di interesse.

6.2.3 Consegna al Centro di documentazione

Al Centro di documentazione vanno consegnati i seguenti materiali:

- nastro originale
- modulistica
- file compresso
- database TRANSANA
- elenco delle parole chiave

Ogni materiale deve essere identificato correttamente secondo la codifica sotto descritta.

Verso la costituzione del Distretto Culturale della Marmilla: una strategia per la governance e lo sviluppo del territorio

di Roberta Muscas – Responsabile Area Cultura dell'Agenzia di Sviluppo Locale Due Giare

Il territorio di competenza dell'Agenzia di Sviluppo due Giare presenta una ricca offerta culturale, intesa in senso ampio - beni demo-antropologici, emergenze archeologiche e monumentali, festival, musei, sagre, feste tradizionali, etc. – che, oltre ad esercitare un'azione di richiamo verso l'esterno, costituiscono, a livello talvolta ancora inespresso, preziosi elementi da cui far nascere lo stimolo di una futura produzione culturale interna.

Sulla base di tale premessa, in linea con la politica dei Distretti culturali promossa dalla Regione Sardegna nel dicembre del 2005, l'Agenzia ha individuato come importante linea strategica d'intervento il progetto di costituzione del Distretto Culturale della Marmilla, che individua la cultura come volano di sviluppo economico e sociale.

Il modello, illustrato dall'allora Ass. alla Cultura Elisabetta Pilia e dal Prof. Pier Luigi Sacco, responsabile scientifico della Goodwill di Bologna, - società che ha curato, per conto della Regione Sardegna, lo "*Studio di fattibilità finalizzato ad individuare la strategia di sviluppo dei distretti culturali per le politiche culturali della Regione Sardegna*" - punta sulla conoscenza, sulla capacità e sulla creatività degli abitanti di un territorio per favorirne lo sviluppo. I territori, infatti, diventano PRODUTTORI DI CULTURA attraverso la maturazione di conoscenza, competenze e creatività delle popolazioni residenti. Il distretto culturale punta, quindi, sulla conoscenza e sulla crescita del capitale umano di un territorio e sull'incremento della esposizione dei cittadini alla cultura. Secondo il modello individuato da Sacco, il contatto con la creatività genera, in chi lo vive, predisposizione all'innovazione, apertura mentale, curiosità intellettuale, disponibilità al cambiamento. Fattori che sono alla base della crescita economica ed elementi che predispongono alla sperimentazione di nuove forme di produzione legate all'economia dell'immateriale e alla knowledge society.

Lo studio di fattibilità ha visto come azioni propedeutiche l'analisi del territorio, la ricognizione delle esperienze e realtà culturali esistenti, l'individuazione delle potenzialità delle varie zone, giungendo alla suddivisione dell'intero territorio regionale in sub sistemi territoriali, all'interno dei quali è stato individuato il *Sub sistema Marmilla Sarcidano*.

Si può dire che l'Agenzia, sin dal suo avvio, nell'anno 2004, ha messo in essere una metodologia di intervento di censimento e analisi che ricalca la metodologia individuata dalla Goodwill nell'ambito dello studio di fattibilità, intraprendendo e realizzando una mappatura delle diverse realtà del territorio quali: artigiane, festival, rassegne, musei, etc. Ha, inoltre, garantito assistenza ai diversi soggetti che operano nel settore culturale, finalizzata ad una crescita professionale nonché ad un'azione di accompagnamento degli stessi nella individuazione di specifici canali di finanziamento. Nel 2005 l'Agenzia ha predisposto il Progetto Integrato *Sistema Rurale dell'Alta-Marmilla, Sarcidano, Arci-Grighine*, all'interno del quale è stato presentato il Progetto Distretto Culturale della Marmilla, che attualmente sta promuovendo e coordinando, e che ha trovato espressione progettuale da parte del territorio, nei soggetti istituzionali e associativi. Il partenariato di progetto, che vede il Consorzio Due giare, con l'Agenzia di Sviluppo, quale ente capofila, è composto da Amministrazioni comunali, Consorzi sovra comunali, comuni riuniti in specifici progetti di grande interesse (è

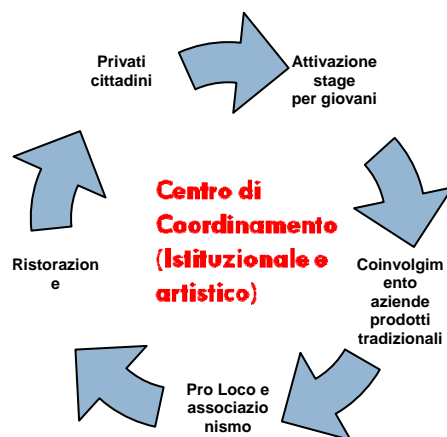
il caso dei comuni di Asuni/ Laconi/ Nureci con il *Progetto Asuni*), l'Università di Sassari- Facoltà di Architettura, Slow Food Oristano, l'Università delle Scienze del Gusto di Pollenzo, Associazioni culturali operanti a livello internazionale (Ass. cult. Carovana s.m.i., Ass. NPA Ouroboros, Ass. cult. Spazio Musica, Ass. cult. Onphalos, Ass. cult. SEL & SAR, Associazione culturale Su Disterru), Società Cooperativa Theatre en vol, Mental Permanent Factory di Anton Roca, nonché singoli professionisti e artisti (Bepi Vigna, Luigi Berardi, etc.).

Proseguendo l'attività di animazione finalizzata alla creazione del Distretto culturale, e sviluppando contatti avviati anche durante la Progettazione integrata, si è avuto modo di acquisire ulteriori manifestazioni d'interesse da parte di operatori del settore culturale che operano a livello regionale, nazionale e internazionale.

Sulla base del partenariato di progetto e dei contenuti degli specifici settori di intervento e del contesto territoriale di riferimento è stata elaborata una **strategia d'azione** che consiste principalmente in:

Intervento a) Attività di sostegno agli eventi

L'Agenzia è impegnata alla realizzazione di un piano coordinato di eventi, proposti da singoli soggetti, e al sostegno alla loro attuazione attraverso l'attivazione di dinamiche di partecipazione territoriale con l'attuazione di metodologie in linea con la filosofia del distretto culturale. Il modello che l'Agenzia segue è quello attuato con il Festival Sogni a Spazi Aperti promosso da Theatre en vol, che ha visto coinvolti, il settembre scorso, sei comuni della Marmilla. Il modello ha visto l'istituzione di un Centro unico di Coordinamento, istituzionale ed artistico, rappresentato dall'Agenzia e da Theatre en vol, che ha operato al fine di garantire l'integrazione orizzontale tra i diversi soggetti del territorio (amministratori, attori locali, produttori, ristoratori, operatori del ricettivo, gestori di itinerari, musei, etc.). con cui l'Agenzia abitualmente dialoga.



L'Agenzia ha fornito e fornisce il proprio supporto consulenziale ed organizzativo gratuitamente in vista del raggiungimento degli obiettivi che gli sono propri.

L'azione di integrazione è stata, inoltre, sostenuta dall'attivazione di 10 stage, rivolti a giovani del territorio e non solo, che hanno operato nelle tre unità di intervento: segreteria organizzativa, ufficio stampa, area tecnica. Gli stage rientrano politica di maturazione conoscenze, competenze e creatività dei giovani residenti a cui la filosofia del distretto culturale risponde.

L'Agenzia attualmente sta, inoltre, mettendo in atto l'attività di sostegno agli eventi attraverso: a) l'animazione per la presentazione di progetti ad hoc a valere sui diversi strumenti di finanziamento (regionali e comunitari);

- b) Il sostegno alla territorializzazione degli eventi, attraverso i contatti diretti con le amministrazioni comunali;
 c) La strutturazione/costruzione del partenariato di progetto (Consorzio-Agenzia).

Intervento b) Realizzazione del Centro di produzione culturale della Marmilla

L'Agenzia ha individuato come azione strategica, da attuare attraverso il Consorzio due Giare, la realizzazione del Centro di produzione culturale della Marmilla, luogo di incontro, elaborazione, produzione ed integrazione delle diverse forme artistiche che troveranno espressione in eventi attrattori che coinvolgeranno attivamente il territorio in vista di una dialettica volta ad una crescita culturale delle popolazioni, individuabile soprattutto nella fascia giovanile, ad una mobilità di artisti, operatori culturali, studiosi, e ad un contributo culturale di matrice antropologica che attingerà direttamente dal sostrato rurale del territorio. Il centro di produzione opererà, inoltre, in sinergia con le diverse unità operative di interscambio culturale che è previsto sorgano nel territorio.

Il Centro di Produzione culturale della Marmilla verrà ospitato in una struttura esistente nel territorio. La scelta delle espressioni artistiche da concentrare nella struttura è motivata dalle seguenti iniziative attivate o in fase di studio nel territorio di competenza dell'Agenzia di Sviluppo Due Giare:

Eventi/Progetti	Enti promotori	Ambito culturale
La Musa – Laboratorio musicale sardo (Ass. cult. <i>Spazio Musica</i>)	Consorzio Due Giare	Musica
Artes et sonos (Ass. <i>Arte set sonos</i>)	Comune di Ruinas/ Consorzio Due Giare	Musica
Paesaggio sonoro della Marmilla (<i>Luigi Berardi</i>)	Consorzio Due Giare	Arte in musica
Sogni a spazi aperti (<i>Soc. coop. Theatre en vol</i>)	Consorzio Due giare	Arte Teatrale per spazi aperti
Olimpiade del gioco tradizionale della Sardegna	Consorzio Due Giare	Antropologia
I tesori viventi	Consorzio Due Giare	Antropologia
Imago Traditio	Consorzio Due Giare	Antropologia/arti visuali
ENTOpaN (<i>NPA Officina Ouroboros</i>)	Consorzio Due Giare	Teatro sperimentale
Asuni Film Festival- Terre di confine (Ass. <i>Su Disterru</i>)	Comune di Asuni	Cinema
Parole e visioni (Ass. <i>Su Disterru</i>)	Comune di Asuni	Letteratura
Biennale d'Arte- MartMILLA (<i>Mental Permanent Factory di Anton Roca</i>)	Consorzio Due Giare/Comune di Asuni	Arte

Mare di Danza- Festival itinerante di antropologia ed arte (Ass. Carovana s.m.i.)	Consorzio Due Giare	Danza e antropologia
Centro internazionale del fumetto e dell'illustrazione (Bepi Vigna)	Consorzio Due Giare	Arte illustrativa

Sono stati, perciò, individuati i seguenti ambiti di intervento:

- Antropologia
- Arte
- Arti figurative
- Cinema
- Danza
- Letteratura
- Musica
- Teatro sperimentale
- Teatro di strada

Intervento c) Evoluzione della conoscenza

In linea con il principio che individua la cultura non come un patrimonio da sfruttare o da vendere ai turisti, da proporre, quindi, esclusivamente all'esterno, bensì come un bene di cui fruire all'interno (attraverso una prospettiva che va oltre la dimensione di consumo immediato, con benefici più durevoli), l'Agenzia intende promuovere e mettere in atto le seguenti azioni:

- a) Azione di marketing.
- b) Attività di animazione, rivolta a istituti scolastici, amministratori, associazioni, etc., al fine di una condivisione comune del progetto di costituzione del distretto culturale.
- c) Didattica rivolta alle scuole, sugli ambiti di intervento individuati nel centro di produzione culturale: laboratori di cinema, danza, teatro, arte, antropologia, arti figurative, musica, etc.
- d) Attività di professionalizzazione, attraverso: percorsi di trasferimento di competenze nei settori di intervento ai giovani, donne, amministratori, etc.; laboratori tecnici; istituzionalizzazione di stage attraverso rapporti con Enti riconosciuti (quali: Agenzia Regionale del Lavoro, etc.); coinvolgimento nelle attività di artisti ed esperti.

Queste le linee strategiche con le quali si cercherà di innescare un modello di sviluppo centrato sulla creatività e sull'innovazione, elaborato a livello europeo, in sintonia con la strategia di Lisbona, attraverso un modello socio economico capace di rendere tale orientamento efficace e sostenibile.

Questo traguardo, come scrive Pier Luigi Sacco, non si raggiunge soltanto concentrando risorse e sforzi sul lavoro di un piccolo gruppo di cervelli che operano nell'isolamento del laboratorio o del centro di ricerca e si collegano a reti internazionali scavalcando il contesto sociale che li ospita, ma al contrario immergendo la loro attività all'interno di tale contesto, facendo in modo che l'orientamento al pensiero e all'innovazione diventi un orientamento collettivo, voluto e condiviso dall'intera società e dall'intera economia.

Un progetto di senso condiviso che non solo parla a coloro che contribuiscono a costruirlo ma anche e soprattutto a coloro che vivono e operano in altri contesti. Non ci può essere un vero sviluppo distrettuale senza la formazione di una 'atmosfera industriale', ovvero senza la diffusa e capillare socializzazione delle conoscenze e degli orientamenti nei quali si concretizza il saper fare di un determinato mondo produttivo.

Il ruolo della cultura nel processo della strategia di Lisbona va cercato nella sua funzione di **ATTIVATORE SOCIALE** capace di trasmettere senso di identità.

Per trasformare il territorio della Marmilla in "territorio dell'innovazione" , dobbiamo trasformarlo in territorio culturalmente vivo, fortemente propositivo, con vocazione internazionale, capace di offrire ai loro residenti e soprattutto ai giovani, e ai giovanissimi, continue opportunità di esperienze stimolanti, qualificanti, fortemente motivanti all'investimento personale in nuove competenze.

L'Agenzia di Sviluppo Due giare: per il sostegno allo sviluppo del territorio

di Diego Loi – Coordinatore dell'Agenzia di Sviluppo Locale Due Giare

L'Agenzia di Sviluppo locale è un'iniziativa del Consorzio Due Giare, finanziata a valere sulla misura 3.10 del P.O.R. Sardegna 2000-2006 nell'ambito del P.I.T. OR3 e della sua "Ottimizzazione".

L'Agenzia di Sviluppo locale "Due Giare" opera in un'area territoriale di 25 Comuni (Albagiara, Ales, Assolo, Asuni, Baradili, Baressa, Curcuris, Gonnoscodina, Gonnosnò, Masullas, Mogorella, Morgongiori, Nureci, Pau, Pompu, Ruinas, Senis, Siamanna, Simala, Sini, Siris, Usellus, Villa Sant'Antonio, Villaurbana, Villa Verde) caratterizzata da forti condizioni di sottosviluppo e basso tasso di occupazione, in particolare della componente giovanile e femminile.

Le attività dell'Agenzia sono finalizzate ad agevolare il processo di costruzione di capacità professionali, cultura imprenditoriale e intelligenza creativa così da favorire, tramite ogni singola attività, la nascita e la crescita di nuove occasioni di sviluppo e di lavoro, facendo fronte unitariamente alle forti selezioni operanti nei diversi mercati di riferimento, sia territoriali che extraterritoriali e potendo, in tal modo, sopravvivere e svilupparsi con successo all'interno delle dure regole imposte dalla competizione economico-imprenditoriale.

L'Agenzia pone in essere un sistema integrato di attività e consulenze miranti a spezzare il forte isolamento socio-economico dell'intera zona creando, contestualmente, un ampio circuito di partenariato pubblico e privato che condivide obiettivi e interventi di sviluppo socio-economico non circoscritti e ridotti ad una unica componente produttiva, ma estesi a tutti i comparti interessati al complessivo processo di sviluppo.

Le attività dell'Agenzia sono incentrate sulla messa a valore delle diverse risorse presenti nel territorio, puntando sul rafforzamento, radicamento e qualificazione del sistema imprenditoriale esistente e sulla creazione di iniziative imprenditoriali nuove ed innovative, con particolare riguardo ai nuovi bacini d'impiego. A partire dalla conoscenza integrata delle risorse esistenti nel territorio e dei servizi necessari al potenziamento delle singole realtà imprenditoriali, l'Agenzia opera per il raggiungimento di un sistema promozionale unitario e di attività collaterali che consentano un più solido posizionamento nel mercato e la promozione all'esterno dell'immagine complessiva del territorio.

L'Agenzia nella pianificazione dello "sviluppo locale" attua, attraverso un processo di valorizzazione delle singole componenti il tessuto socioeconomico locale, un processo che concepisce le singole risorse come un "unicum", come cioè una rete integrata di risorse, beni, servizi (i prodotti tipici dell'agroalimentare e dell'artigianato, le risorse ambientali e culturali, l'ospitalità, i nuovi bacini d'impiego), che necessariamente devono interagire per garantire una massa significativa di valore anche commerciale.

Nell'analisi delle risorse locali l'Agenzia ha individuato come fondamentale elemento collante la ricca varietà di attrattive culturali ed ambientali: perché tutte le ricchezze siano messe a valore l'Agenzia ha elaborato un fitto piano di interventi sia con gli operatori specifici del settore sia con le Istituzioni locali, affinché nel territorio si sviluppi la consapevolezza della necessità della integrazione e correlazione delle iniziative e degli interventi.

Gli ambiti tematici delle linee d'intervento dell'Agenzia sono:

- a) azioni sinergiche per avviare e sostenere politiche attive del lavoro attraverso attività di animazione, informazione e orientamento per tutta la popolazione (in particolare giovani e studenti) finalizzati alla creazione di imprese (con particolare riguardo ai settori legati ai nuovi bacini di impiego);
- b) sportello permanente di informazione e orientamento sul “mondo delle opportunità” e consulenze sull'accesso ai finanziamenti e ai contributi e alle varie politiche di credito e di miglioramento aziendale ad ogni livello;
- c) sviluppo di strategie e azioni di sostegno, concrete ed immediate, per l'incremento e l'incentivazione della partecipazione femminile nel mondo delle imprese;
- d) valorizzazione delle risorse culturali territoriali, in accordo con le istituzioni locali, nell'ottica della creazione di attività e iniziative economicamente sostenibili;
- e) creazione di una fitta rete di cooperazione ed interrelazione fra le imprese, gli operatori e le istituzioni del territorio, onde favorire politiche di distretto;
- f) azioni di integrazione delle varie attività, produttive, socio-assistenziali, culturali, agroalimentari e artigianali e dei nuovi bacini d'impiego (costruzione di un Sistema produttivo);
- g) azioni di trasferimento di competenze agli attori locali e di aggiornamento permanente, sfruttando le conoscenze finora acquisite sui fabbisogni formativi degli operatori;
- h) incrementare, rafforzare e concretizzare attività di partnership per la realizzazione di programmi europei con altre regioni e nazioni.

L'attività è prevalentemente di supporto consulenziale e specialistico attraverso la ricerca, la formazione, l'accompagnamento e l'erogazione di servizi attraverso la metodologia fondata soprattutto sul modello del problem solving, al fine di sostenere il radicamento delle iniziative imprenditoriali.

Le attività dell'Agenzia si sviluppano a partire dalla percezione e comprensione dei fabbisogni diffusi tra gli operatori economici del territorio per aiutarli ad individuare soluzioni perseguibili, mobilitando le risorse disponibili a livello locale, le conoscenze e le competenze esistenti all'esterno, concretizzabili, poi, in sostegni reali finalizzati allo sviluppo dell'area.

L'Agenzia, oltre al reperimento delle risorse finanziarie necessarie al raggiungimento di diversi obiettivi ritenuti prioritari, indirizza gli operatori in attività effettivamente sostenibili per lo sviluppo locale, evitando duplicazioni degli interventi ed illusorie chimere di sviluppo.

In relazione alla considerazione della presenza di un forte senso di appartenenza delle comunità locali alla dimensione “rurale” e della condivisione di comuni valori identitari, sociali ed economici, il Partenariato istituzionale e socio-economico del territorio coordinato dall'Agenzia di Sviluppo, ha individuato le principali linee d'intervento sulle quali investire nel breve-medio periodo per l'attuazione di un piano di sviluppo territoriale, incentrato sulla valorizzazione delle risorse e delle competenze locali, sul rafforzamento dell'immagine territoriale a partire dal riconoscimento e potenziamento degli attrattori in esso presenti. Sul piano della strategia il Progetto fa propri i principi dello sviluppo rurale sostenibile e, pertanto, si propone di contribuire a consolidare, sotto il profilo ambientale, economico e sociale il sistema territoriale volendo trovare il rimedio alle condizioni di area svantaggiata, di zona marginale e in ritardo di sviluppo, che ancora oggi caratterizzano il territorio.

Il potenziamento, la qualificazione e la messa in rete delle diverse risorse presenti sul territorio sono dunque il filo conduttore dell'azione dell'Agenzia che intende attivare un sistema coordinato di azioni volte al potenziamento della competitività territoriale basata sulle produzioni dell'agroalimentare e dell'artigianato, la ricettività e la ristorazione, sulle risorse naturalistiche del Paesaggio e dell'ambiente, dell'archeologia e della cultura, le cui peculiarità rappresentano un mezzo importante per incidere sul rafforzamento dell'identità locale.

LOGOS residenza di produzione culturale

Alberto MASALA

uno sguardo generale

Nell'attuale configurazione del pianeta avanzano forme di omologazione culturale che, appiattendosi verso il basso, causano velocemente la svalorizzazione, fino alla loro scomparsa, delle sfumature e delle differenze tipologiche che da sempre hanno costituito il patrimonio culturale di ogni area geografica e di ogni aggregazione sociale.

Questo processo è causa di fenomeni che qui riassumiamo sommariamente senza la pretesa di identificarli completamente né di approfondirli:

- L'estraneazione delle fasce di popolazione meno dotate di strumenti di difesa economici e, conseguentemente, culturali.
- La loro emarginazione dai processi produttivi, comprendendo in questi anche l'attività progettuale ed intellettuale.
- Un rinascere dei flussi migratori verso quei luoghi 'altri' in cui – spesso a torto - si presume di poter incontrare occasioni migliori e risolutive e che, inadeguati ad offrire accoglienza, patiscono questo fenomeno producendo abnormi periferie inospitali, disumane e spersonalizzanti.

Da tutto ciò scaturisce un tangibile senso d'impotenza – causa di prevedibili quanto improvvise rabbie sociali – che come primo effetto ha quello di creare sfiducia, personale e collettiva, nelle proprie capacità progettuali ed operative. E ne deriva una frustrante fragilità sociale e psicologica dell'individuo che ***non spera né sogna*** più.

Questo fenomeno si affianca, a volte paradossalmente ma non inaspettatamente, ad un altro che ho da anni rilevato nei miei frequenti percorsi internazionali.*

Al contrario, infatti, sono proprio le periferie, urbane e non, insieme ai territori d'origine, espoliati e marginalizzati, a produrre sempre più coscientemente il pensiero ed il gesto dell'arte a tutti i livelli.

* fenomeni che ho descritto nel mio libro *Geometrie di libertà* (editrice Zona, 2003).

Limitando il nostro sguardo alla sola Europa, sono proprio le autogestioni, le *banlieues* parigine, i margini urbani londinesi, le aggregazioni di migranti a Berlino ed in tutta la Germania, il Belgio, la Svezia... a proporre gli stimoli maggiori - quantitativamente e qualitativamente - per **sostanza di poetica e profondità dello sguardo sul mondo**.

Questo mentre l'autoreferenzialità della cultura occidentale in Era post-coloniale ha avuto l'effetto di produrre una vista egocentrica e castrata anche nei propri istinti intellettuali migliori, che, appesantiti dall'ideologia, colpevolizzati dal proprio privilegio, sterilizzati nelle accademie e nei musei, hanno così subito una progressiva perdita di leggerezza e di funzionalità sociale in ambito espressivo e culturale. Hanno perso l'elemento portante, quello che collega al senso ed aggrancia al sociale: la funzione rappresentativa. *Per chi... a chi... in nome di chi... si parla e si agisce? Chi affida il carico all'artista? Qual'è il suo popolo?*

La ricchezza dello sguardo differente, della singolarità, della funzionalità sociale, della rappresentatività, si è naturalmente trasferita e vivificata in quelle fasce che tradizionalmente ne erano prive o forzatamente deprivate: gli immigrati, i diversi, i più distanti dal centro gestionale del pensiero e del gesto espressivo: i periferici.

Lì si è sviluppato il pensiero della complessità e delle singolarità compatibili, le differenti cromie hanno segnalato una nuova necessità di appartenenza, anzitutto ontologica, sebbene spesso appesantite da sviluppi identitari, unico limite all'estensione dello sguardo.

il progetto Asuni

Alla base del **progetto Asuni** sta la volontà dell'amministrazione locale di creare un **distretto culturale** la cui linea guida fondamentale è il rapporto reale ed equilibrato col territorio.

La scelta politica è quella di operare secondo un modello di sviluppo sostenibile per conservare dignità, coscienza etica e tensione partecipativa nei suoi abitanti.

La consapevolezza è che in una terra impoverita dall'esodo, soprattutto intellettuale, solo con una simile azione si possono porre le basi per un'inversione di tendenza ed un rilancio dell'area.

L'attenzione al territorio ed alla sua **memoria** ha fatto nascere un importante piano di recupero urbanistico con metodologie di **bio-**

architettura ed un progetto di **eco-museo** con la conseguente attenzione all'ambiente circostante.

Tutto ciò ha reso possibile l'ipotesi di un intervento culturale ecologico scandito da alcuni importanti momenti d'incontro come **Asuni film Festival** e l'evento **Parole e visioni intorno al viaggio**.

Ultimo risultato è la nascita di un **Museo dell'emigrazione**, luogo della memoria e centro di documentazione, sede di scambio e confronto con le culture migranti.

il progetto Asuni

ha un pensiero

eco/logico
po/etico

**il pensiero dei luoghi
che produce nuovo pensiero**

ha una memoria

attiva
in cammino

**la memoria dei luoghi
che produce nuova memoria**

ha uno sguardo

locale
globale

**lo sguardo dei luoghi
che produce nuovo sguardo**

logos

Il progetto ***logos*** nasce ad Asuni, al centro della Sardegna, dunque al centro del Mediterraneo, territorio con una concentrazione e ricchezza di culture, lingue e tradizioni, unica al mondo.

Nasce dal ***progetto Asuni***, da un pensiero *eco-logico* e *po-etico* che pone al centro alcune sue qualità: lo sguardo *locale* sul territorio e quello *globale* sul mondo. L'interazione avviene quindi tra i due pensieri (***logoî***):

- quello dei luoghi (***logos*** in sardo), con la loro memoria attiva, in cammino, che, nel procedere, crea sempre nuova memoria
- quello globale, ovvero in rapporto con la complessità della parola (***logos*** in greco), fisica e virtuale, che trasporta il pensiero contemporaneo

ricerca

logos è uno spazio fisico che vuole produrre pensiero e gesto d'arte, una casa dove si vuole mettere in opera l'oggetto che viene dall'idea, il progetto.

logos viene pensato con una progettualità che, oltre ad osservare i fenomeni, ne incoraggia l'attuazione. L'obiettivo è quello di costruire un osservatorio permanente sulla produzione artistica contemporanea che sappia conservare le matrici etiche e le caratteristiche materiali fondanti del ***progetto Asuni*** con un'attenzione al territorio ed ai suoi abitanti come parte integrante della vita di una comunità.

Vogliamo qui sottolineare la distanza da posizioni 'colonizzatrici' o di soggezione acritica che non tengano conto dell'esistente. Crediamo che la corretta impostazione di ogni ricerca abbia in sé una doppia valenza: da un lato l'importazione del fenomeno oggettivo come del pensiero che l'ha prodotto, dall'altro lo scambio integrante con l'esperienza e la personalità del luogo ospitante, che in questo modo può acquisire e consolidare la propria consapevolezza, oltre ad arricchire e stimolare il percorso del progetto. L'attenzione e l'apertura ad ogni sviluppo imprevisto sarà costante in una sinergia d'intelligenze, in uno sforzo vincente.

studio

Intendiamo quindi favorire la formazione di gruppi di studio con la presenza di artisti, poeti, scrittori, studiosi che portino la loro esperienza e la progettualità potendo essere ospitati sul posto.

Gli incontri di studio, con gruppi o singoli, saranno fruibili in diversa forma nel territorio, ambito privilegiato di relazione, con seminari, laboratori, incontri, ma aperti anche ad una fruizione non strettamente locale.

sperimentazione
produzione
distribuzione

Lo spessore della ricerca artistica, l'interattività fra le arti, la consapevolezza del rapporto col sociale, la capacità relazionale col territorio ed i suoi abitanti, saranno gli elementi fondamentali per la scelta dei progetti da produrre.

Le sperimentazioni saranno ogni volta mirate alla realizzazione di un oggetto tangibile, un'opera che porti il marchio ***logos***, una produzione ***logos*** la cui distribuzione sarà affidata ad un gruppo operativo composto attingendo prevalentemente dalle potenzialità dei giovani nello stesso territorio ed appositamente formati. Per quanto sarà possibile intendiamo far circuitare a livello locale, nazionale ed internazionale il prodotto delle sperimentazioni.

Con la stessa struttura continueremo inoltre a progettare fornendo servizi culturali, eventi interattivi e funzionali alle richieste della committenza locale, con una particolare, sebbene non esclusiva, attenzione alla ricerca espressiva degli artisti sardi in Sardegna e nel mondo.

la memoria

Consideriamo il territorio ed i suoi abitanti come uno spazio tangibile, ricco di stratificazioni e di memoria. La ricontestualizzazione nel presente della forza comunicativa dei luoghi e della loro cultura sarà un obiettivo non secondario della nostra azione culturale con una presa di distanza dalle banalità dell'uso folklorico.

Ogni volta che se ne presenterà l'occasione incoraggeremo produzioni che propongano nel presente una nuova dinamica di relazione con la memoria e che coinvolgano gli abitanti con i loro saperi materiali e spirituali. Per questo un'attenzione particolare verrà rivolta ai linguaggi della narrazione e della creazione artistica tradizionale.

bozza sviluppo punti specifici

primo passaggio necessario è la **costruzione di una rete di comuni** a cui fornire servizi culturali, eventi, sperimentazioni ... con l'obiettivo di far crescere una **consapevolezza gestionale** ed un atteggiamento propositivo: una pianificazione culturale **compatibile** avvia **processi coscienti di autodeterminazione** nel progettare un'economia produttiva.

Logos intende innanzitutto costituire un **servizio** per il territorio.

Ma prima bisogna dare un'ipotesi di definizione del territorio per poter poi indirizzare in maniera differenziata le proposte.

Per le sue stesse caratteristiche intrinseche, il progetto acquista nel suo percorso diverse valenze che si determinano funzionalmente riguardo alla portata, alle dimensioni ed all'esportabilità di ogni azione progettuale.

Come già testato con le azioni a scadenza temporanea (*Festival del cinema* e *Parole e visioni intorno al viaggio*) ogni programma, se attivato con coerenza di ricerca e sguardo etico, proprio per la sua caratteristica di evento 'singolare', non simile ad altri, lontano dalla *kermesse* e vicino alla sostanza, produce necessariamente un interesse ed una ricezione profonda, una presenza fedele ed attiva, in quell'utenza che desidera prevalentemente il respiro di eventi *veri*, vicini alla sostanza e qualificati nella proposta, ma, soprattutto, rispettosi del territorio, dei suoi abitanti, della loro cultura. Non a caso parliamo di **ecologia dell'azione culturale**.

le possibilità di pianificazione

Possiamo distinguerle in **tre livelli interattivi**:

a) livello specificamente locale.

Il più prezioso per la sua valenza etica e culturale sia per l'indotto economico che procura, ma soprattutto come elemento motore di rivalutazione del territorio in cui agisce.

L'attrarre ricerca e sperimentazione in un territorio culturalmente subordinato, quando non addirittura deprivato dei collegamenti con il mondo contemporaneo, è la prima grande scommessa del progetto.

La presenza di artisti, con intenti produttivi e sperimentativi, è in grado di fornire al territorio circostante una fonte di relazione immediata e reale. Prevediamo infatti che nella fase di sviluppo e di studio del prodotto **logos**, fase che avviene interamente nella residenza di Asuni, l'artista sia disponibile ad incontri e seminari, oltre che ad azioni di verifica *in progress* del progetto in corso.

Spiegando più concretamente, pensiamo funzionale e naturale fornire al territorio tracce della presenza dell'artista disponendo e proponendo incontri ai Comuni circostanti, alle Associazioni culturali, ai Luoghi... Ancora più utile all'artista stesso sarà sviluppare le fasi del progetto sperimentandole con un'utenza che possa dargli risposte. Ciò gli consente infatti di verificarne e correggerne i percorsi.

Per praticare questa condizione sarà necessario costituire una rete di utenza istituzionale ed associativa, che crei un circuito privilegiato.

Questo oltre ad aver attratto sul posto dall'esterno (intendiamo l'intera Sardegna con le sue Università e non solo) i frequentatori dei seminari. Abiteranno le case di Asuni, lì mangeranno e dormiranno... Abbiamo esperienze confortanti in questa direzione che vengono da attività precedenti e ne possiamo verificare l'attualità osservando altre situazioni produttive nazionali con caratteristiche di operatività in differenti settori della cultura.

b) livello regionale.

La fase iniziale di costruzione è conclusa, l'oggetto della ricerca è compiuto, sperimentato, edito. A questo punto si ha a disposizione il **prodotto**.

Il luogo che principalmente ne fruisce è il territorio regionale che ha il vantaggio di abbattere le spese non dovendo *importare* dall'esterno come normalmente in Sardegna succede nell'ambito delle produzioni culturali.

Qui si rende necessaria una **agenzia logos**. È utile ed auspicabile che si formi **in loco** aggregando in forma cooperativa o comunque associativa alcuni giovani, opportunamente formati, capaci di agire nelle fasi

di proposta, informazione, promozione ed organizzazione del *prodotto*. La mia competenza e quella di altri *addetti ai lavori* saranno gli elementi necessari nella fase formativa di queste potenzialità professionali.

c) livello nazionale ed internazionale.

Ancora la mia competenza e la grande rete di relazioni che ho sviluppato in trent'anni di attività personale nell'ambito artistico e nella direzione artistica di eventi nazionali ed internazionali saranno tutti elementi a disposizione dell'**agenzia logos** perché possa sviluppare, prima per tentativi, poi con sistematicità, un **sistema** (appunto) di informazione e di proposta rivolta ai festival ed eventi esterni alla Sardegna. Si dovrà (e questa è certamente la fase più lenta) creare un'utenza esterna che valuti appetibile la nostra proposta. In questo saremo avvantaggiati dalla qualità e dallo spessore del progetto, dalla sostanza dell'oggetto offerto, dalla risonanza del nome dell'artista che lo ha creato insieme a noi. Teniamo a ribadire che qualità e spessore saranno le caratteristiche **irrinunciabili** perché l'intero progetto acquisti credibilità.

note ulteriori

punto di forza: nel territorio locale e regionale sono necessarie ed attualmente assenti iniziative che non si limitano all'esporre, all'importare eventi, ma che vogliono produrre direttamente

rapporti di cooperazione: sono necessari e verranno instaurati in base alle affinità ed alle collateralità espressive e della ricerca. Per collaudata affinità abbiamo un rapporto privilegiato con l'Università di Toulouse 'Le Mirail'. Al suo interno infatti è responsabile delle attività artistiche e docente il poeta Serge Pey, al quale mi legano anni di collaborazione e lavoro comune.

Uno sguardo particolare avrà la Facoltà di Architettura di Alghero e La Sapienza di Roma, con cui sono già in corso progetti comuni tramite la prof. Lidia de Candia.

Si sta attivando un interessante contatto di collaborazione con il prof. Fabio Parascandolo dell'Università di Cagliari.

Un altro possibile soggetto, ma in fase di valutazione, è l'Università di Napoli, tramite la cattedra del prof. Jain Chambers.

Decentramento: sta nascendo il progetto di Università Transumante

Editoria: contatto con l'editore per produrre gli eventuali oggetti in prima persona o in joint venture

Anton ROCA

MARtMILLA

PERCORSO D'ARTE NEL TERRITORIO

PROGETTO DI ARTE CONTEMPORANEA NEL TERRITORIO DELLA MARMILLA

Introduzione

Si può constatare come esista oggi una commistione poliedrica, e per questo ricca, nelle forme in cui si esprime l'arte contemporanea. Tale commistione dà luogo ad un agglomerato di pulsioni, di linguaggi spesso contrapposti a livello formale ma, tuttavia costitutivi di un corpo unico.

Questa ricchezza di forme dell'arte contemporanea porta, di conseguenza, ad una incapacità di stabilire un unico parametro valido, come avveniva nei secoli precedenti il Ventesimo. Si dovrebbe invece, parlare di una molteplicità di parametri, che spaziano all'interno di un denominatore comune e cioè, la rivisitazione dell'eredità artistica lasciataci da quella profonda trasformazione che ha avuto inizio all'incirca un centinaio di anni fa. Viviamo, così, una realtà artistica determinata dalla particolarità che tutte le forme di cui l'arte si avvale oggi per esprimersi sono valide in quanto a ciascuna di loro corrisponde un gruppo di ascolto, più o meno ampio.

Vorrei, però, fare alcune precisazioni doverose sulle diversità riscontrabili all'interno di questo mosaico creativo.

È un dato obbiettivo che lungo la strada che l'arte ha percorso nel lasso di tempo che ci separa dalla fine dell'ottocento fino ad oggi, molti tabù sono caduti. Tabù che coinvolgevano la natura stessa dell'arte quali, ad esempio, la rappresentatività, oppure la sua organizzazione formale nelle diverse discipline. Addirittura, non poteva essere in altro modo, il ruolo stesso dell'artista si è modificato. Questo non è più l'interprete del senso collettivo ma, l'espressione del singolo vissuto. Tanto, da poter affermare che il campo di azione dell'arte si è trasformato, passando dall'universale ad un carattere intimo dell'universale.

La conquista più importante, che determina la radicale trasformazione iniziata alla fine del diciannovesimo secolo, è stato lo spostamento del modo in cui l'artista guarda l'arte. Cito parole di Kandinsky: "Ora possiamo ascoltare il mondo così come è, senza interpretazione alcuna". Questo percorso di trasformazione, ritenuto da molti "rivoluzionario", ha permesso all'artista di porsi in una condizione di totale libertà creativa nella quale è fondamentale il concorso della propria elaborazione mentale.

Questa condizione ha avuto il sopravvento su ciò che fino ad allora era stato la riproduzione "fedele" e "obbiettiva" della realtà, legata ad una concezione del mondo in modo materiale, concreta e sensoriale. Per intenderci, il modo in cui artisti come Cezàne, Picasso o Matisse "vedono" non è più uguale al modo in cui "vedevano" Michelangelo, Velazquez oppure Tiziano. La differenza di sguardo, il "modo di vedere", ha portato l'arte ad un nuovo stadio, caratterizzato da una concezione del mondo a carattere simbolico, concettuale e linguistico. Contemporaneamente, questo evolversi dello sguardo artistico ha portato alla legittimazione del fatto stesso di osare nel vedere oltre il consueto. Anche quando il consueto è la propria contemporaneità.

Una visione sempre più mentale, dunque, che apre una porta ad una nuova, possibile comprensione dell'essere umano e che ha trovato una continuità con il lavoro di Broodthaers o di Marcel Duchamp.

Quest'ultimo, dopo aver ipotecato il valore dell'opera d'arte in quanto tale, ha concluso nel silenzio come unica forma di creatività possibile.

Successivamente altri artisti, come ad esempio Joseph Beuys, hanno trasformato quel silenzio in una forma di arte capace di incidere, modificandoli, aspetti del comportamento collettivo e non solo culturale. Nel caso di Beuys si tratta di un concetto allargato di creatività, la "Creatività allargata" appunto. Da intendersi nel senso che ogni essere umano é per se stesso un artista -questa é un'interpretazione personale-, anche se non deve per forza di cose esprimersi con gli strumenti e le forme consuete dell'arte.

Di risulta, l'arte assume un valore sempre più marcatamente spirituale, che va oltre il fatto Estetico e facendo del pensiero la vera opera d'arte. Se poi questo pensiero individuale viene ripreso dal collettivo, si creano le condizioni per attribuire all'arte quella capacità trasformatrice della coscienza collettiva, a cui sopra accennavo. Per porre un esempio, la nascita del movimento "Die Grunnen" in Germania, direttamente ispirato dal pensiero artistico-politico di Joseph Beuys.

L'apporto Beuysiano ovviamente non finisce qui; questa é una lettura a grandi tratti. Ma credo di poter affermare che nella traiettoria dell'artista tedesco vi sia l'inizio di una trasformazione radicale che, oltre al fatto di essere riuscito a mettere in crisi i parametri commerciali di valutazione delle opere, proietta l'arte verso una visione del mondo a carattere spirituale, trascendentale e traspersonale e, al tempo stesso, traccia una linea di continuità con le avanguardie storiche del ventesimo secolo nel rilanciare l'arte verso una forma che trascende il fatto Estetico per approdare nell'Etico.

Un'Arte così caratterizzata, più preoccupata dalla trasmissione di senso, piuttosto che di oggetti; che parla il linguaggio dell'interiorità, e non più quello dell'esteriorità, si trova in una condizione molto precaria, oltretutto in notevole svantaggio. In primo luogo per la difficoltà inerenti la sua comprensione ed, in secondo luogo, rispetto al sistema logistico sul quale é basata la diffusione e promozione dell'arte oggi.

Il sistema dell'arte

Ci sono due questioni fondamentali che riguardano il mondo dell'arte. La prima, relativa a tutti quelli aspetti del fare arte che definirei logistici e di diffusione, ciò che in altro modo viene chiamato il sistema dell'arte. La seconda, riguarda invece la fruibilità del "prodotto" artistico.

Un sistema é per definizione una struttura costruita per garantire una continuità piuttosto che per farsi coinvolgere da fenomeni innovativi. Non ne é un'eccezione il sistema dell'arte che, come una tenaglia circonda il fatto creativo in modo da garantire una continuità delle forme artistiche in modo da mantenere vivo il mercato dell'arte: una creatività controllata a mantenimento del sistema. Questa condizione può rappresentare l'arte solo in maniera molto parziale. Detto in altre parole, non é più in grado di rispecchiare l'autentica natura dell'arte, poliedrica com'è, nella contemporaneità. Decisamente, l'arte avviene al di fuori di questo sistema.

Il sistema dell'arte odierno é organizzato attorno ad un'idea di mercato, con, da una parte, le sue componenti: le gallerie private; il ruolo giocato attualmente dalla critica d'arte, veri "promoters", se non manager, degli artisti; le riviste specializzate che accolgono a pagamento le segnalazioni della critica; le fiere-mercato; ecc. ecc. Dall'altra, le leggi proprie di un sistema mercantile, come di resto sono riscontrabili in un qualunque rapporto di scambio commerciale.

Dunque, il costo relativo all'opera verrà determinato dalle leggi del mercato e soggetti a concetti di plusvalore, inflazione, ecc. Come una qualsiasi merce in più, opera e artista si ritrovano insieme legati in una

competizione determinata in modo pesante dalla scelta, da parte dell'artista, di quale è il proprio punto di non ritorno per quello che riguarda alla vendibilità della propria creatività. Vale a dire, assumere una condizione di onestà intellettuale rispetto a sé ed alla propria opera e non per questo dover mettere a repentaglio il proprio fare arte - e sono benevolo nel dire questo - perché le opere non passano dalla porta delle gallerie, fisicamente e metaforicamente parlando.

In questo il mercato è implacabile: l'artista è tale, esiste, se il suo lavoro "ha un mercato". Per averlo bisogna restare fedeli alle forme che il mercato può assorbire. Poi, più mercato ha un artista, più alto è il livello di prestigio personale acquisibile. A questo punto mi sorgono alcune domande:

primo, fino a che punto la vendibilità dell'opera comporta la mercificazione della propria creatività? Secondo, se la base per accreditare rilevante il complessivo dell'opera di un determinato artista da poterla considerare, ad esempio, parte della storia dell'arte è il mercato, quanto è affidabile? Coincide così facilmente qualità con vendibilità?. A mio parere nessuna di queste domande possono avere una risposta positiva.

In più, all'interno di questo sistema, l'opera d'arte è entrata a formare parte di quella cerchia di beni di consumo -beni di lusso- che riduce di molto le possibilità relative alla diffusione delle opere d'arte. Infatti, queste circolano all'interno di una cerchia privilegiata di privati che sottrae la dimensione pubblica e sociale dell'arte. E come un qualsiasi bene di lusso, l'opera d'arte è soggetta alla speculazione economica, (complice la figura del gallerista, un palliativo che illusoriamente mantiene l'artista in una condizione di "purezza" al di fuori del mercantilismo che investe invece la sua opera), che ha raggiunto una situazione paradossale nella quale il valore dell'opera, il prezzo di mercato, ne determina il suo valore reale.

Per illustrare ciò basterà citare l'accaduto nel decennio relativo agli anni '80, in cui il valore economico delle opere, che non avevano una rilevanza tale da giustificare i livelli raggiunti se non come risultanti da una speculazione di mercato. Fatto questo che ha fermato il flusso di acquirenti perché ciò che veniva acquistato in quel periodo a costi elevatissimi, oggi non raggiunge un terzo del valore pagato allora.

Quindi, crollato il mercato, crolla anche la ragione che sostiene il sistema dell'arte. Cosa rimane? Finisce qui l'arte? Oppure l'arte è un'altra cosa?

In tutto ciò, la figura dell'artista non ne esce indenne. Vorrei segnalare alcune delle posizioni da essi adottate nei confronti di questa situazione:

Per alcuni, le operazioni di mercato relative la loro opera non rientrano nell'area delle proprie responsabilità. Di solito, i più affermati all'interno di questo sistema.

Per i più, il tentativo è quello di convivere con il mercato con la speranza che un riconoscimento in tale senso significhi il riconoscimento della propria artisticità ma, anche se così avvenisse l'essere artista sarà d'ora in poi affiancato dal concetto di "quotazione di mercato", in sostituzione del concetto di "prestigio intellettuale".

Per altri, invece, mantenere il proprio operato al di fuori del mercato dell'arte è una condizione sine quane. Il loro prodotto -se così può essere definito- riveste il carattere di una trasmissione di immaterialità e di senso piuttosto che di oggettualità.

Questa scelta, a dir poco paradossale, richiederebbe una particolare attenzione; al meno una non sottovalutazione, se non altro per il suo carattere disinteressato dal punto di vista economico. Per loro,

l'accostamento opera d'arte-mercato dell'arte, sottrae alla prima il suo valore, oserei dire spirituale, in quanto essa é l'espressione della libertà creativa dell'artista, da difficile traduzione, se non impossibile, in carta moneta.

A questo stato di cose bisognerebbe aggiungere - queste considerazioni rientrano nella seconda delle questioni- la scarsa capacità del linguaggio dell'arte, oggi, nello stabilire una comunicazione reale con il singolo fruitore dell'arte. Rispetto a questa questione esistono una serie di concause che brevemente tenterò di illustrare.

Il linguaggio dell'arte é stato sopraffatto dai meccanismi ed strategie attuati dai media, TV in testa, per raggiungere i consumatori.

Ora, in una situazione di "normalità culturale", e con questa definizione intendo descrivere una situazione nella quale esista una capacità di critica da parte del singolo e, di conseguenza la libertà di scelta, entrambi i linguaggi dovrebbero coesistere, appunto perché viaggiano a dei livelli diversi rispetto al contenuto ed alla forma: esiste lo spettacolo ed esiste l'arte. (Anche se oggi assistiamo ad una crescente spettacolarizzazione dell'arte). C'è da chiedersi il perché di questa sopraffazione che sottrae ancora all'arte le possibilità di ascolto.

Non credo sia possibile accettare la ragione secondo cui il non ascolto dedicato all'arte - di fatto oltre al giorno dell'inaugurazione le mostre sono deserte. E anche in quel momento i frequentatori sono per la maggior parte degli addetti- sia da trovarsi esclusivamente in una non preparazione culturale alla fruizione. Ammettiamo che in parte sia vero, ma non basta. Sarebbe come riconoscere che non esiste più l'esigenza collettiva nel curare la propria crescita interiore. Ambito in cui l'arte ha un ruolo fondamentale.

A mio avviso, la ragione é da ricercarsi all'interno dell'arte stessa e, se non bastasse quanto fin qui descritto in relazione al sistema dell'arte, aggiungerei che una delle concause possibili é proprio il carattere soggettivo imposto dagli artisti alla propria arte e che raggiunge oggi l'intimismo più eclatante.

Un'altra delle concause possibili é da cercarsi nella scelta troppo riduttiva di concepire l'arte come un fatto esclusivamente estetico: non può sussistere.

In una tale situazione, il dialogo con il mondo intrapreso dall'artista, attraverso il fare arte, é costretto ad un monologo interiore, da collocare nella solitudine del proprio studio. Fuori, come già visto imperano altri valori...

Dall'arte sottratta all'arte partecipata

Davanti a questa realtà in cui l'arte è stata decurtata, tanto che potremmo definirla "arte sottratta", all'artista rimangono due scelte:

1. Collocarsi in una posizione di osservatore, purtroppo privilegiato, come lo é la vedetta sulla coffa nel percepire per primo il pericolo che incombe sulla nave. Pericolo da indurla al naufragio. Ma può anche vedere per primo la terra di un'eventuale salvezza...
2. Diventare anche egli stesso un "artista sottratto", dal valore intellettuale e spirituale della propria opera, ma soprattutto dall'ascolto, e rimanere il custode di un sapere, di una conoscenza che a fatica desta alcun interesse.

Un tentativo di emergere da questa realtà di “sottrazione” sarebbe quella di portarla ad una dimensione pubblica, attraverso l’organizzazione di eventi i cui parametri progettuali e organizzativi siano innovativi nella forma, nel contenuto, nelle modalità di approccio progettuale e operativo degli artisti, ma anche relativamente alle strutture per la diffusione e l’ascolto.

Eventi tesi al raggiungimento di obiettivi quali lo scambio, la crescita interiore, sia degli artisti sia degli abitanti, e che siano di auspicio per una ricaduta sullo sviluppo economico dell’area coinvolta.

A mio avviso questo passa attraverso l’innesco di processi artistici che coinvolgano un ampio territorio geografico, all’interno di una tipologia che definirei **eticæstetica** ed il cui percorso conduca verso:

- Una riflessione mirata a riacquisire la dignità dell’abitare in un dato luogo, per trasformarlo, sia in senso estetico che etico, attraverso il coinvolgimento degli abitanti.
- Inserendosi nel particolare radicamento / tessuto sociale esistente.
- Includendo nel progetto di intervento la storia, la cultura, la tradizione e la memoria di un determinato ambito geografico.

Al fine di raggiungere, tramite una relazione di osmosi, un auspicabile equilibrio tra intervento artistico (esterno) e tutto ciò che esprimono i luoghi, attraverso le persone che vi abitano, ascoltandone il respiro, le pulsioni.

Cito a questo proposito il progetto IS MANUS realizzato insieme agli abitanti di Asuni (OR) negli anni 2004-2005, all’interno del festival “Parole e Visioni intorno al Viaggio”.

Considero questo progetto paradigmatico del come proporre e condurre degli interventi artistici, grazie al raggiunto equilibrio tra la volontà dell’artista e quella degli abitanti.

Non posso affermare che inizialmente questo progetto rispondesse alle esigenze della popolazione di Asuni. Tuttavia, il coinvolgimento degli abitanti è stato sempre maggiore. Dai primi contatti in strada con il “fotografo ambulante”, e dallo scambio individuale favorito dall’atto di farsi fotografare le mani, si è arrivati all’assunzione della responsabilità, nel gestire il patrimonio di stendardi prodotti, da parte dei cittadini di Asuni. Stendardi che furono donati a suo tempo a ciascuna famiglia, che ne ha la custodia nelle proprie case.

Sono gli abitanti, infine, a decidere in quali occasioni “ornare a festa” il proprio paese, esponendo gli stendardi sui davanzali delle finestre delle loro abitazioni, compiendo un gesto che coinvolge l’intera collettività e che tuttora continua...

Possiamo dire che siamo di fronte al configurarsi di una tradizione?

L’evento

La tipologia dell’evento proposto riguarda la creazione di un contenitore creativo che coincida con il territorio, coinvolgendo nel progetto una ampia zona geografica della Marmilla.

L’obbiettivo primario di questo progetto sarà quello di favorire la realizzazione di interventi artistici, sotto una linea guida che potremmo definire come *eticæstetica*, dalla scadenza biennale e con un marcato radicamento nel sociale.

Intendo *eticæstetica* quella modalità dell’agire artistico protesa alla creazione di rispetto, incontro, dialogo, scambio, arricchimento interiore, crescita individuale e collettiva, attraverso il coinvolgimento delle diverse

componenti espresse da un determinato tessuto sociale: le aspirazioni, i desideri, i sogni -anche quelli concreti- della popolazione ivi residente: implicare l'umanità del luogo per favorire una crescita interiore personale, sia negli abitanti che negli artisti.

Il contesto

La geografia concreta di questo contenitore aperto sarà lo spazio dove si svolge il quotidiano, vale a dire che si svolgerà in luoghi non connotati come *luoghi d'arte*: le proprie abitazioni, le strade, in definitiva la geografia fisica e spirituale di ogni singolo paese coinvolto e del territorio in generale, al fine di favorire un'interazione con gli abitanti e mettendo in gioco la propria arte in campo altrui.

Dal riuscito dialogo tra **dono artistico** e **ospitalità della popolazione**, ne emergerà un'auspicabile *sensu collettivo* che renderà l'arte una presenza reale e concreta nel quotidiano.

Con questi presupposti, il progetto non può che considerarsi un'operazione prettamente culturale, connotata da un'apertura alla molteplicità dei linguaggi odierni con cui si esprime l'arte contemporanea ed estranea ai meccanismi commerciali dell'arte, che troppo spesso ne snaturano il valore etico e la portata spirituale.

Obbiettivi

Nel mettere a contatto gli artisti con la realtà del luogo si intende favorire lo scaturire di quella scintilla che, partendo dalle potenzialità e dalle risorse presenti nei luoghi prescelti per ospitare l'evento, tracci un percorso creativo teso a produrre una ricaduta immediata sul territorio, sia a livello di crescita culturale degli abitanti:

1. Coinvolgendo loro nel processo creativo della realizzazione dell'opera, mediante queste e/o altre possibilità:
 - Partecipandovi come soggetti del progetto artistico.
 - Affiancando gli artisti nella realizzazione dei progetti
 - Attraverso il dono di racconti, esperienze, tradizioni, ecc.
 - Ospitando gli interventi ed i progetti nel loro ambito esistenziale.
2. Attivando dei laboratori artistico-creativo-educativi di didattica dell'arte, rivolti alla popolazione in generale ed specifici per la fascia di popolazione in età scolastica.
3. Facendo emergere le tradizioni e le ritualità vincolate all'identità del territorio, coinvolgendole quali i soggetti della ricerca artistica.
4. Valorizzando gli spazi urbani, centri storici e altro, con degli interventi migliorativi dal punto di vista estetico.

Sia come tentativo di ricaduta economica, attraverso:

5. Il recupero dell'artigianato locale, impiegando questa risorsa nella realizzazione delle opere.
6. L'organizzazione di una rete di ospitalità per gli artisti stessi ed i visitatori a livello di "ospitalità familiare", relativamente all'alloggio ed il vitto.
7. Il favorire l'impiantarsi di piccole organizzazioni produttive locali in grado di soddisfare le esigenze, organizzative e produttive, necessarie alla riuscita dell'evento in progetto.

8. La creazione di un sito specifico dedicato all'evento, da gestire interamente nel territorio, in cui vi siano gli aggiornamenti sull'andamento dei progetti in corso e con la possibilità di creare dei collegamenti con le attività di promozione del territorio.

Sulle modalità di lavoro

Lo svolgimento dei singoli progetti, proposti dagli artisti scelti, sarà un percorso in itinere. Una serie di tappe, in corrispondenza con la natura del progetto e scandite lungo due anni fino a compimento del progetto.

Si intende favorire così:

- L'interazione tra gli artisti coinvolti e gli abitanti.
- L'inserimento dell'artista nel tessuto sociale del luogo dove egli porterà avanti il proprio intervento.
- La conoscenza diretta dei luoghi, delle persone e lo stabilimento di rapporti diretti con gli abitanti.

Questa procedura, per meglio seguire il percorso del proprio lavoro, fino a raggiungere il risultato conclusivo nella dimensione espositiva del percorso biennale.

Sull'evento biennale

Il progetto prevede l'attivazione di 10 progetti artistici, affidati ad artisti scelti sulla base delle loro capacità operative, tali da poter collimare con le particolarità operative messe in campo con questo progetto.

Nei primi due anni avverrà la fase di produzione dei singoli progetti, per approdare all'evento conclusivo, cioè la fase espositiva: Una mostra aperta nei luoghi che ospiteranno le opere realizzate in loco, con il coinvolgimento attivo degli abitanti.

A tale fine è prevista l'apertura di un itinerario unico nei 10 comuni e, per agevolarne la gestione sarà necessario attivare un coordinamento unico, incaricato per la promozione e gestione del percorso snodato nel territorio coinvolto.

Si rende necessario inoltre, individuare uno spazio per agevolare la gestione organizzativa dell'evento. Un centro di coordinamento. A questo proposito sarebbe interessante il recupero di uno spazio all'interno del territorio coinvolto, oppure adeguare a tale scopo uno spazio già esistente. (Ad esempio, l'ex-chiesa sita nella Piazza di Asuni).

L'intervento di arte contemporanea a carattere territoriale e collettivo, contenuto in questa proposta, intende affiancare l'ambito in cui si svolge l'esistenza quotidiana per aprirla ad una dimensione in cui la routine del giorno per giorno può diventare il luogo del non-consueto, della sorpresa e, al tempo stesso, restituire all'immaginario collettivo uno spazio rinnovato. Intriso di nuovi punti di riferimento, nuove mitologie del quotidiano che andranno a sovrapporsi e ad arricchire i preesistenti riferimenti culturali, derivanti dalle tradizioni locali e/o territoriali. Grazie al dialogo che si viene creando tra artisti e abitanti: una prospettiva in cui l'abitante diventa complice del lavoro dell'artista e viceversa.

Inoltre, si prepara il terreno per una percezione diversa del proprio paese, del proprio territorio, che può sfociare in una rinsaldata dignità dell'abitare un determinato paese / territorio e rinforzare, con dei validi argomenti, il riconoscimento con il proprio territorio di appartenenza, che ci si augura diventi d'ora in poi un luogo nel quale è desiderabile, oltre che possibile, abitare.

Infine, il progetto basa le sue radici sulla saggia costituzione di due sponde: arte/artista e luogo/persona. La piena creativa che vi scorrerà all'interno sarà più intensa quanto meglio riesca il dialogo tra entrambe.

Fumetto in Sardegna: tradizione e prospettive di scambi culturali. di Bepi Vigna

1. La Sardegna come luogo d'incontro culturale.

Lo sviluppo culturale di una regione passa necessariamente attraverso il confronto e lo scambio di esperienze. In quest'ottica il mezzo espressivo fumetto, (ma, bisognerebbe parlare, più generalmente la grafica applicata, comprendendo anche l'illustrazione, la vignetta satirica, la cartellonistica, la grafica pubblicitaria e lo stesso cinema d'animazione) può diventare il terreno ideale in cui far incontrare diverse realtà artistiche, con particolare riguardo all'area Mediterranea, sia europea che africana.

Esiste, infatti, l'esigenza di riconsiderare, anche sul piano culturale, la centralità del Mar Mediterraneo come luogo d'incontro per le genti dell'Europa e del Nord Africa, del Medio Oriente e dei Paesi dell'Est.

Il Mediterraneo, sta per diventare "Zona di libero scambio", una delle più grandi del pianeta, comprendente 600-800 milioni di persone, tra Paesi membri dell'Unione Europea e quelli della sponda sud. Siamo, insomma, alla vigilia di un passaggio epocale, che rappresenta una imperdibile occasione di modernizzazione e di crescita culturale.

Si discute di una banca centrale euromediterranea, si studiano nuovi strumenti finanziari con i quali sostenere i nuovi processi di integrazione economica, si progettano "autostrade del mare";

La Sardegna è pienamente coinvolta da questo processo - è stato varato, per esempio, un gemellaggio con il Marocco ed è in atto un accordo di collaborazione tra le Università di Sassari, Cagliari e Tunisi (benché siano più di quaranta le Università che si affacciano sul Mediterraneo, manca ancora un ponte che metta in relazione alcune di esse con le Università sarde).

In questo scenario è fondamentale investire da subito nelle risorse culturali che favoriscano la crescita civile, economica e pacifica tra i popoli. Perché non bisogna trascurare che esistono diverse problematiche che rendono difficile il percorso verso la cooperazione tra le diverse realtà dell'area mediterranea.

I flussi migratori incontrollati e impetuosi, infatti, rischiano di travolgere economia e risorse dei paesi in prima linea nel processo di integrazione. Lo scontro culturale in atto a livello globale, ha radicalizzato il confronto tra i popoli, irrobustendo antiche diffidenze e creando nuove fratture tra paesi che si affacciano sullo stesso mare e da millenni si confrontano, scambiando merci e idee.

Non sarà sufficiente una politica di accoglienza economica se non si sarà costruito prima un terreno culturale comune di confronto, che consenta di conoscere le specifiche diversità, di scambiare storie, esperienze e conoscenze prima ancora che merci e flussi commerciali.

Se la cultura è conoscenza e quindi apertura, capacità di accogliere il nuovo e il diverso, la Sardegna vanta un preciso retaggio culturale, dato che fin dai tempi più antichi è stata crocevia di navigatori e viaggiatori.

Geograficamente la Sardegna è vicinissima alla sponda africana del Mediterraneo, e proprio in Africa il fumetto sta svolgendo negli ultimi anni un ruolo importante nel processo di sviluppo culturale, da un lato perché è la forma espressiva che meglio di altre, è riuscita a convogliare ed assorbire l'enorme patrimonio rappresentato dalla tradizione orale di molti paesi; da un altro lato perché l'immediatezza del linguaggio delle immagini ha giocato e continua a giocare un ruolo importante in vari ambiti, da quello dell'apprendimento scolastico, a quello dell'informazione

sanitaria, fino a coinvolgere il dibattito politico, con una produzione di vignette satiriche estremamente vivace ed efficace. Probabilmente, in questo momento, l'Africa è uno dei luoghi dove la satira svolge realmente una funzione sociale, ed è uno strumento di critica, che si sta rivelando fondamentale per lo sviluppo di una coscienza politica diffusa tra le popolazioni.

2. Perché il fumetto e perché la Sardegna.

L'illustrazione, i comics e i mezzi espressivi ad essi contigui fino a qualche decennio fa erano guardati con sospetto e ritenuti espressioni sottoculturali; anche i periodici a fumetti e le riviste illustrate per lungo tempo hanno goduto di scarsa considerazione, quasi che la presenza dell'immagine, denunciassero una loro destinazione "popolare", estranea alla cultura ufficiale.

Negli ultimi anni, fortunatamente, le cose sono cambiate e l'attenzione di alcuni studiosi, tra cui Paola Pallottino, Antonio Faeti, Umberto Eco, ha avviato una stimolante ricerca nell'universo dell'illustrazione, del fumetto e della grafica, facendo guadagnare a tali discipline un posto di rilievo tra le moderne forme di comunicazione, che possono assumere, in molti casi, un grado di assoluta validità artistica.

La grafica applicata e in particolare quella connessa alla stampa popolare, è sempre stata lo specchio in cui hanno trovato un riflesso i costumi e le idee delle varie epoche, testimoniando l'evoluzione del gusto e l'affermarsi delle nuove tendenze artistiche. Attraverso le pubblicazioni illustrate, le reclame e i fumetti è possibile seguire e valutare l'opera di artisti che hanno trovato nell'illustrazione, nella narrativa per immagini e nella grafica la loro forma più congeniale di espressione, o che hanno dato un contributo significativo a queste forme espressive attraverso tecniche grafiche spesso d'avanguardia

Nell'ambito dell'illustrazione della narrativa disegnata la Sardegna vanta un'importante tradizione, che va considerata una parte integrante della sua cultura.

Il contributo che gli autori sardi hanno dato alla narrativa a fumetti riveste una certa rilevanza nell'ambito della produzione nazionale, al punto che non sarebbe affatto agevole tracciare una storia dei comics in Italia prescindendo dai disegnatori e dagli sceneggiatori isolani.

Esiste in Sardegna una tradizione che affonda le sue radici nei primi decenni del secolo scorso, quando una straordinaria fioritura di artisti, che si cimentavano anche nella vignetta satirica, nell'illustrazione editoriale e nella cartellonistica pubblicitaria, indusse taluni a parlare di "secessione sarda", per l'azione di rottura operata nei confronti della tradizione del realismo figurativo italiano.

Artisti quali Beppe Porcheddu, Tarquinio Sini, Giuseppe Biasi, Filippo Figari, Mario Mossa Demurtas, Edina Altara, Pino Melis, ebbero il merito di ridefinire in maniera sostanziale il rapporto tra pittura e grafica applicata, introducendo, nell'ambito dell'illustrazione, elementi di grande novità e forza espressiva

Il sassarese Biasi collaborò con "*Il Giornalino della Domenica*", di cui fu uno dei copertinisti più apprezzati, mentre il suo amico e concittadino Mario Mossa Demurtas, illustrò spesso le pagine del "*Corriere dei Piccoli*" mettendo in luce un estro decorativo raffinatissimo, dove emergevano costanti riferimenti all'Art Nouveau.

Più avanti, sempre sul "*Corriere dei Piccoli*", si mise in luce il cagliaritano Giovanni Manca, che con le storielle di *Pier Cloruro de' Lambicchi*, divenne uno dei disegnatori più popolari di quegli anni. Sul "*Balilla*", invece, pubblicavano Edina Altara, Primo Sinòpico, Pino Melis ed Ennio Zedda. Quest'ultimo prolungherà per oltre dieci anni la collaborazione con la rivista, producendo tavole di grande impatto visivo, con composizioni e accostamenti cromatici che rivelavano l'influenza futurista.

Non si può trascurare neppure l'opera di Giuseppe Porcheddu, torinese di nascita, ma sardo d'origini (suo padre era di Ittiri), nome di punta dell'illustrazione italiana negli anni che precedettero la seconda guerra mondiale e maestro riconosciuto di un'intera generazione di disegnatori.

Un altro sardo, Aurelio Galleppini, dopo essersi affermato come uno dei migliori disegnatori realistici degli anni Quaranta, a partire dal 1948 legherà indissolubilmente il proprio nome alla più celebre icona del fumetto italiano: *Tex Willer*.

Proprio con *Tex* nasce nel nostro paese una vera letteratura nazional-popolare, quella che, secondo Antonio Gramsci, non si era mai sviluppata prima a causa dell'incapacità, da parte degli intellettuali, di stabilire un reale contatto con il popolo-nazione. Gli anni Cinquanta e Sessanta, segnano, infatti, la grande affermazione dell'editoria a fumetti in Italia e albi come *Gim Toro*, *Capitan Miky*, *Il piccolo sceriffo*, e poi *Diabolik*, *Kriminal*, *Satanik*, toccano livelli di vendite mai raggiunti prima. Tra gli autori di molte pubblicazioni di quegli anni troviamo diversi disegnatori sardi: Renzo Orrù, Eliseo Locci, Giorgio Curreli, Mario Follis. Più avanti, la moda dei fumetti indirizzati a un pubblico adulto vede in prima fila altri autori isolani, tra i quali Eros Kara e Graziano Origa, entrambi titolari di studi che sfornano numerose collane tascabili e che spesso sono anche fucina di nuovi talenti.

Nutrito anche il numero di disegnatori sardi che, a partire dagli anni Settanta, si dedica alle vignette satiriche su quotidiani e riviste. Sono da ricordare almeno Franco Putzolu ("*L'Unione Sarda*"), Gef Sanna ("*La Nuova Sardegna*"), Mariano Congiu ("*TV Sorrisi e Canzoni*"), Gaspare Giua ("*Linus*").

Oltre che nel campo della satira e della narrativa popolare, c'è molta Sardegna anche sul versante del fumetto sperimentale e di ricerca. Nei primi anni Ottanta, negli ambienti artistici bolognesi, si mettono in evidenza Igor Tuveri, Antonio Fara e Beppe Chia. Tuveri in particolare, firmandosi Igort, è tra gli ideatori di *Valvoline Motorcomics* (supplemento della rivista "*Alter Alter*"), sintesi di un'esperienza artistica che tende a riconfigurare totalmente la cultura del fumetto, evidenziandone ascendenze e contenuti, e che fa esplicito riferimento alle avanguardie pittoriche del Novecento e al Bauhaus.

Nel 1982 nasce a Cagliari, il gruppo "Bande Dessinée", composto da autori giovanissimi, che in breve tempo riescono a fare del fumetto la loro professione, lavorando con i più importanti editori nazionali. Il trio Serra, Medda e Vigna, a partire dal 1991, crea per l'editore Bonelli le serie *Nathan Never* e *Legs Weaver*, che ottengono un successo di portata internazionale; successivamente Antonio Serra dà vita al personaggio fantascientifico *Gregory Hunter*. Altri due componenti del gruppo, Vanna Vinci e Otto Gabos (nome d'arte del cagliaritano Mariotto Rivelli), portano avanti con successo una ricerca stilistica che anticipa alcune tendenze narrative che si affermeranno poi nel fumetto europeo e americano, come l'autobiografismo e il "realismo-magico".

Attualmente diversi autori sardi lavorano per la Disney Italia e altri hanno avuto successo all'estero, come nel caso di Antonio Cossu (che pubblica con i maggiori editori francesi e belgi), di Igort Tuveri (uno dei primi autori europei a pubblicare in Giappone) e di Giorgio Fenu (vignettista per *Le Monde* e *Herald Tribune*).

La mancanza di un'editoria locale di settore, purtroppo ha costretto quasi sempre gli autori isolani a sviluppare le loro esperienze lontano dalla Sardegna, ma un segnale nuovo è arrivato nel 1999 con *Fisietto & C. la saga dei Pistis*, un fumetto, ideato dai sinnaesi Bruno e Paolo Tremulo, che con cadenze crudelmente grottesche e qualche ambizione satirica, racconta le vicende di una famiglia del sottoproletariato urbano cagliaritano. Benché distribuito solo in ambito regionale, *Fisietto* ha raggiunto livelli di vendite che consentono, a un intero staff di collaboratori, di lavorare con una certa continuità.

3. Una casa per il fumetto sardo.

Il fumetto sardo, inteso come narrativa che si riconosce nella realtà sociale e culturale sarda, attualmente si trova in una fase di stallo. O cresce e trova una sua ragione di esistere, una sua direzione in cui svilupparsi, o scomparirà come espressione della cultura isolana.

Sempre più si avverte l'esigenza di aprire un terreno di discussione che coinvolga, non solo gli artisti che operano nell'ambito del fumetto, dell'illustrazione., ma anche gli scrittori e gli intellettuali che siano capaci di guardare al mezzo espressivo fumetto senza pregiudizi e ne colgano le enormi possibilità espressivo-comunicative.

Ma per attivare un tale dibattito, così come per creare un terreno di confronto culturale su un piano internazionale, è indispensabile che il fumetto sardo trovi una sua casa, abbia un luogo fisico di riferimento.

Per costruirla, questa casa, non si deve necessariamente partire da zero. Dal 1993 opera a Cagliari una Scuola di Fumetto, che oltre ad essere la prima e unica del genere nell'isola, in oltre dodici anni di attività ha accumulato un importante patrimonio di ricerche e conoscenze, stimolando incontri, dibattiti e confronti tra gli operatori del settore.

La Scuola svolge attualmente la sua attività nell'ambito del Centro Internazionale del Fumetto, istituito nel 2001, inizialmente collaborazione con l'assessorato alla Cultura del Comune di Cagliari, che in oltre un lustro di attività ha sempre operato in stretta intesa con diverse associazioni culturali dell'isola, con scuole, istituzioni ed enti nazionali e internazionali.

All'interno del Centro Internazionale del Fumetto è sorto anche il Centro Studi sulla Cultura Popolare nel Mediterraneo, che ha ottenuto il patrocinio del Ministro delle Attività Produttive e del Ministro delle Comunicazioni, e a cui hanno collaborato esperti e studiosi nazionali quali il giornalista Roberto Genovesi (vicedirettore di RaiSat Ragazzi ex consulente del Ministro delle comunicazioni per la comunicazione all'infanzia), la professoressa Gianna Marrone dell'Università Roma 3, il dottor Luciano Gallinari (storico, ricercatore presso il CNR).

Il Centro Internazionale del Fumetto potrebbe diventare, il nucleo promotore di una serie di attività culturali legate all'Illustrazione e il Fumetto, e costituire il nucleo per la nascita di una nuova struttura che, da un lato, dovrebbe assumere il carattere di **servizio pubblico**, mettendo a disposizione materiali per lo studio e la ricerca e attivando settori dedicati alle mostre permanenti e temporanee; da un altro lato, dovrebbe assolvere la funzione del **circolo culturale**, per il carattere più libero e spregiudicato dell'attività, aperta a una gamma di interessi polivalenti, con la possibilità di programmare e valutare, d'intesa con i comuni e le associazioni culturali, iniziative che tengano conto del contesto sociale in cui si opera.

SOGNI A SPAZI APERTI

UN FESTIVAL DI ARTE E TEATRO IN STRADA PER LO SVILUPPO DEL DISTRETTO CULTURALE DELLA MARMILLA

Luca Fais / Michèle Kramers - Theatre en vol

Ormai da quattro anni, il comune di Asuni è impegnato in molte operazioni culturali. Due manifestazioni, *L'Asuni Film Festival* e *Parole e visioni intorno al viaggio* stanno avendo notevole successo. È stato progettato un insieme di attività che vertono attorno all'istituzione di un museo dell'emigrazione e di un centro di documentazione, che proprio in questi giorni hanno trovato ulteriori finanziamenti.

Questo nuovo fermento culturale è l'espressione della presenza in paese di un gruppo di persone molto attive che operano nelle associazioni culturali, nella pro loco e in particolare nell'associazione Su Disterru, leader nella progettazione e nell'organizzazione delle attività culturali asunesi.

La nuova vitalità del comune ha favorito lo sviluppo di un ampio dibattito e una variegata offerta di idee, progetti, collaborazioni, che trovano espressione nei convegni, in articoli sui quotidiani e nei rapporti fra i tanti soggetti coinvolti nel processo.

Ad Asuni si avvia anche l'attività di un Centro di Produzione Culturale che sta offrendo, ben prima che la sua forma istituzionale sia definita, i suoi prodotti e le sue idee nei comuni circostanti. Questa apertura al territorio extra asunese potrebbe trovare forma nel Distretto Culturale della Marmilla.

Grazie a una di queste iniziative del centro di Produzione Culturale, il theatre en vol, già coinvolto nel Progetto Asuni, ha incontrato l'Amministrazione del Comune di Nureci, il cui territorio confina con quello di Asuni.

Questa nuova collaborazione, si è concretizzata nella progettazione di un festival di arte in strada che ha coinvolto sei comuni, sperimentando alcune delle attività che potrebbero caratterizzare il futuro distretto culturale.

Presenteremo brevemente il lavoro della compagnia theatre en vol e descriveremo i motivi e le strategie del festival in riferimento alle azioni programmate nell'ottica dello sviluppo dell'area coinvolta.

Arte come intervento sullo spazio

La compagnia theatre en vol, residente da 17 anni a Sassari, ha al suo attivo una consolidata esperienza internazionale sull'arte e il teatro in strada e spazi aperti. Dal 1996, in collaborazione con l'Associazione Menestrello Multimedia e il Container, cura la direzione artistica e l'organizzazione del festival internazionale di arte in strada Girovagando in tutta l'isola e in particolare a Sassari, dove nel 2007 la manifestazione è giunta alla decima edizione. Nel 2000, la costituzione dell'associazione omonima ha dato inoltre origine al festival euromediterraneo del teatro di strada la piazza dei sogni che si è svolto a Nuoro per cinque edizioni.

La compagnia, presente nei più importanti festival di teatro di strada di 18 paesi europei, si è impegnata nella diffusione di tutte le forme di arte in strada e per spazi aperti, nelle attività di formazione sia professionale che amatoriale e nella produzione di spettacoli ed eventi, in collaborazione con artisti di diverse discipline e nazionalità. In questi anni, ha inoltre curato l'organizzazione di conferenze, incontri ed esposizioni, finalizzati alla diffusione dell'arte in strada e per spazi aperti.

Con un progetto finanziato dal programma Cultura 2000 e dalla Regione Autonoma della Sardegna, nel 2006 ha realizzato una conferenza europea dal nome *Habitat Immaginari – arte, cultura e spazi urbani*, durante la quale sono state sviluppate riflessioni e strategie sul ruolo dell'arte nella rivitalizzazione degli spazi urbani e nell'induzione di processi creativi condivisi dai cittadini, mirati alla riappropriazione dello spazio pubblico in quanto spazio comune.

Il Festival Girovagando ha giocato un ruolo strategico nel tenere viva l'attenzione sul centro storico sassarese, che è sempre stato la principale scenografia del festival.

A partire dagli anni ottanta, il cuore della città ha iniziato il suo processo di decadenza, portandolo nel dimenticatoio dei politici e dei cittadini stessi, che ne hanno permesso il degrado e l'abbandono. Nel contempo, il ripopolamento da parte di comunità straniere non è stato sempre accompagnato da un'attenta politica di integrazione.

Scegliendo di portarvi gli spettacoli, il theatre en vol ha puntato i riflettori sulle strade e i palazzi del centro, non solo per denunciarne le problematiche, ma per offrire agli spettatori un punto di vista ottimista o almeno diverso, così da suscitare anche l'intenzione e la volontà di intervenire per recuperare e far rivivere il centro storico.

Oggi il centro di Sassari gode di maggiori attenzioni e dei benefici di una politica più attenta, che si esprime in numerosi interventi di riqualificazione urbana, compreso un programma per incentivare le imprese che scelgono di aprire la propria sede dentro le mura. Nessuno potrà mai confermare l'effettiva portata di uno sforzo decennale come quello del theatre en vol con il Festival Girovagando, ma il fatto che il centro storico sia sempre stato il luogo degli spettacoli dimostra quanto fosse forte l'intenzione di operare per una data causa, quella della riscoperta, quindi della valorizzazione e del recupero.

Le stesse scelte artistiche, oltre che finalità prettamente estetiche e legate all'intrattenimento, hanno profondi risvolti civici: l'arte e il teatro in strada non si limitano a invadere le strade con interventi di animazione, ma cercano proprio l'azione interattiva con lo spazio e con chi lo abita, contribuendo a offrire stimoli, destare visioni e suscitare quel senso di appartenenza che implica un processo di cura dei luoghi e di responsabilizzazione civile.

Oggi, forse perché a Sassari ha colto il suo obiettivo, il theatre en vol sceglie di operare in un'area con altrettante potenzialità e con altrettanti problemi. La nuova operazione è un festival che grazie a nuove collaborazioni si arricchisce di risvolti finalizzati allo sviluppo locale dell'area. Dopo una breve

descrizione del festival, osserveremo alcune problematiche del territorio sulle quali si è riflettuto nella progettazione delle attività.

Un nuovo festival in un nuovo territorio

Come osservato, questo nuovo festival del theatre en vol è stato progettato in modo specifico per e nel territorio della Marmilla, con lo scopo di cogliere almeno due ordini di obiettivi, complementari tra loro:

1. Aprire il progetto Asuni al territorio proponendo ad altri comuni l'ipotesi di unire le forze all'interno di un distretto culturale;
2. Sperimentare subito alcune delle attività e la collaborazione nell'ottica della nascita del distretto stesso.

Diciamo subito che il festival in se è stato un successo e che questi due obiettivi sono stati colti efficacemente.

Sogni a Spazi Aperti (è questo il nome del festival) è stato proposto a 14 comuni del territorio della Marmilla, attraverso un lungo lavoro di relazione con le amministrazioni.

Il dialogo con le amministrazioni, ci ha permesso di comprendere a fondo determinate dinamiche sociali, i motivi della non collaborazione tra comuni, la diffidenza, ma anche le speranze, le potenzialità di un territorio. Abbiamo realizzato un'esperienza di conoscenza del territorio ricchissima, che meriterebbe una descrizione specifica.

Abbiamo definito il numero dei comuni dopo quattro mesi di lavoro: Sogni a Spazi Aperti si è tenuto dal 28 agosto al 2 settembre 2007, in 6 comuni dell'area interessata dallo sviluppo del distretto culturale: Assolo, Asuni, Baradili, Baressa, Nureci e Senis.

La strategia del festival

Come accennato, le attività del festival sono state progettate in riferimento alla situazione del territorio.

- 1 Scarsi rapporti di collaborazione intercomunali e divisioni interne ai comuni, a fronte di gravi problemi di spopolamento e ritardo di sviluppo.
- 2 Disoccupazione giovanile e femminile.
- 3 Scarsa valorizzazione delle risorse locali all'interno di un'economia prevalentemente agropastorale non differenziata.
- 4 Assenza di fattori di attrattiva del territorio posizionati strategicamente nel mercato turistico.
- 5 Scarsità e/o assenza di servizi.

In riferimento ai cinque punti, l'organizzazione del festival, dal punto di vista dello sviluppo locale, ha perseguito cinque obiettivi prioritari, che sono:

- 1 **L'incentivazione dei rapporti di collaborazione fra i comuni che hanno aderito al festival.** La filosofia che orienta l'intervento si rifà e può essere descritta facendo riferimento a un mito indiano, la Rete di Indra, la cui immagine evoca in maniera efficace il concetto del sistema locale per la cui incentivazione abbiamo lavorato, coordinando le azioni di vari soggetti (artisti, organizzatori, ristoratori, giornalisti, operatori turistici e altri enti pubblici e privati) assieme alle popolazioni e le amministrazioni dei comuni coinvolti. Col concetto di sistema locale intendiamo un aggregato di soggetti in interazione reciproca i quali, in funzione degli specifici rapporti che intrattengono con un certo ambiente, si comportano come un soggetto collettivo. Il mito indiano descrive come nel cielo di Indra esista una rete di perle disposta in modo tale che, osservandone una, si vedono tutte le altre riflesse in essa, brillando, grazie alle altre, ancora di più. L'idea della rete di Indra descrive la filosofia del progetto che è finalizzato alla realizzazione di azioni sinergiche fra i comuni le cui attività sono state pensate per valorizzarsi vicendevolmente.
- 2 **La progettazione e la proposta di attività legate all'offerta di servizi per il turismo culturale** per il coinvolgimento dei giovani e delle donne (stage, ristorazione, ricettività, mercato).
- 3 **La valorizzazione e la differenziazione dell'economia agropastorale**, i cui addetti sono per la maggior parte adulti di sesso maschile, attraverso le attività di animazione del territorio, finalizzata a incentivare le attività imprenditoriali e lavorative. In questo territorio, infatti, i disoccupati sono soprattutto i giovani e le donne. Essi sono stati invitati a partecipare allo stage formativo (che ha coinvolto 10 giovani), nell'organizzazione del ristorante itinerante (che ha coinvolto 1 ristoratore, numerose donne, gli stessi pastori e alcune associazioni), al servizio di affittacamere (che ha coinvolto le famiglie di Asuni) e nel mercato dei prodotti locali (che ha coinvolto 4 imprenditori e 16 hobbisti).
- 4 **Realizzazione e promozione del festival**, un evento come fattore di attrattiva del territorio, posizionato strategicamente nel turismo culturale, costituito dall'attività di spettacolo per spazi aperti nella forma di un festival itinerante. Si tratta del prodotto principale attorno al quale ruoteranno nuovi prodotti e servizi. L'obiettivo prioritario è la creazione di un evento che sia capace di attrarre flussi turistici ed escursionistici e nel contempo stimolare e sostenere le popolazioni dei paesi coinvolti per l'implementazione di una rete di servizi per l'accoglienza e il soggiorno dei visitatori.
- 5 **Realizzazione di servizi relativi all'accoglienza e la ristorazione** di tipo sostenibile (incentivare il ripopolamento delle case vuote) che siano anche posizionati strategicamente nell'ambito del turismo culturale (ristorante itinerante "Cibo di Strada con il coinvolgimento delle cuoche locali e la proposta di piatti tipici).

Per cogliere gli obiettivi indicati in relazione ai problemi e le esigenze identificate nel territorio, l'organizzazione del festival ha previsto una precisa strategia articolata in cinque azioni generali:

- 1 Per quanto riguarda l'incentivazione dei rapporti di collaborazione fra i paesi coinvolti nel festival, quindi nel futuro distretto culturale si è operato per:
 - la realizzazione di un calendario di incontri fra gli amministratori;
 - l'individuazione degli stakeholders con interessi omogenei (specie i produttori);
 - l'incentivazione delle relazioni fra amministratori e stakeholders nell'ambito del singolo comune;
 - l'individuazione e il coinvolgimento di leader responsabili, che abbiano a cuore il successo del progetto e si sforzino di garantire l'unità e la collaborazione.

- 2 Animazione del territorio:
 - coinvolgere giovani e donne nelle attività di valorizzazione delle risorse locali, presentando le possibilità legate allo sviluppo della ricettività, delle produzioni locali (artigianato, enogastronomia) e delle risorse locali (archeologia, paesaggio, etno- antropologia);
 - coinvolgere i giovani nelle attività organizzative attraverso 3 stage (segreteria organizzativa, ufficio stampa e allestimento spettacoli).
- 3 Coinvolgimento e sostegno ai produttori uniti nel mercato delle risorse locali.
- 4 Individuazione e realizzazione di una efficace immagine dell'evento e cura dell'attività dell'ufficio stampa.
- 5 Coinvolgimento popolazione, studio e sostegno tecnico-amministrativo per l'individuazione di possibilità di realizzazione di un servizio di affittacamere. Realizzazione di un ristorante itinerante con la collaborazione della popolazione (specie delle donne) e di un'impresa operante nel settore per l'offerta di cibi tipici da consumare all'aperto in un ristorante itinerante.

La collaborazione con l'Agenzia di Sviluppo Locale Due Giare

La realizzazione del festival e delle numerose attività descritte è stata realizzata grazie al preziosissimo sostegno tecnico organizzativo della Agenzia di Sviluppo Locale due Giare.

Il progetto è stato concepito per incentivare il sistema locale del territorio, coordinando le azioni di vari soggetti (artisti, organizzatori, ristoratori, giornalisti, operatori turistici e altri enti pubblici e privati) assieme alle popolazioni e le amministrazioni dei comuni coinvolti.

Assieme all'organizzazione del festival, come si può osservare, si è lavorato per permettere l'attivazione di una serie di attività complementari, che hanno lo scopo di generare un processo di turismo sostenibile e la nascita del sistema turistico dell'area, così come è identificato dalla legge n.135 del 29 marzo 2001: "un contesto turistico integrato o omogeneo che può uscire anche dagli ambiti regionali e comprendere anche più regioni, che è caratterizzato da un'offerta turistica integrata con i beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate".

Sulla base di questi presupposti si concretizza la collaborazione tra l'Agenzia di Sviluppo Locale Due Giare e la compagnia Theatre en vol, anche in virtù del ruolo della stessa Agenzia di coordinamento del Progetto Integrato "Sistema rurale dell'Alta Marmilla Sarcidano, Arci-Grighine", recentemente approvato dalla giunta regionale.

Il progetto, inoltre, tramite il coinvolgimento della popolazione, in particolare dei giovani, in un più ampio processo di crescita culturale, nonché di professionalizzazione, è risultato pienamente coerente con le finalità del settore culturale dell'Agenzia di Sviluppo Locale, poiché promuove azione di valorizzazione delle risorse culturali locali, incidendo sullo sviluppo dell'identità territoriale ed innescando così un processo in grado di rendere le risorse culturali un importante fattore per lo

sviluppo economico, creando così occasioni per la nascita di nuove iniziative imprenditoriali ad esse collegate.

Modalità di coinvolgimento del territorio

Il fine dell'operazione è l'individuazione e il migliore utilizzo delle risorse del territorio. Una delle sub-regioni della Sardegna che presenta un alto tasso di spopolamento e di abbandono. Anche per questo l'intervento intende valorizzare le risorse locali attraverso la creazione di momenti di incontro fra operatori e il grande pubblico: fra le altre attività collegate alla formazione, alla gestione e alla produzione alcune saranno pensate perché i giovani, i produttori e i disoccupati (specie le donne) si sentano coinvolti e possano realizzare un'utile esperienza per il loro futuro, scoprire e sperimentare nuove possibilità lavorative e imprenditoriali.

Tali attività comprendono:

- a) stages presso l'ufficio stampa, la segreteria organizzativa, e l'attività tecnica del festival;
- b) laboratorio rivolto ai giovani per la realizzazione di un totem, simbolo della manifestazione;
- c) la realizzazione di un ristorante itinerante;
- d) attivazione del sistema ricettivo locale e dei servizi turistici esistenti nel territorio;
- e) realizzazione di un mercato itinerante dei prodotti locali.

1.1.1 Stages

L'attività di coinvolgimento dei giovani residenti nel territorio in uno stage, presso le attività della segreteria organizzativa, dell'ufficio stampa e delle attività di allestimento degli spettacoli del festival, è avvenuto attraverso la pubblicazione di bandi pubblici curato dall'Agenzia di Sviluppo. Sono stati selezionati dieci diplomati e laureati.

Quattro giovani per l'attività presso la segreteria organizzativa, che hanno partecipato alle attività proprie della Segreteria organizzativa nella preparazione e gestione del festival, occupandosi inoltre di accogliere e accompagnare le compagnie, esprimendosi in lingua straniera (soprattutto il francese), la gestione dell'ospitalità, l'organizzazione dello stand informativo nei luoghi dove si è svolto il festival, il sostegno ai produttori che hanno partecipato al mercato dei prodotti locali.

Due giovani per attività di ufficio stampa, che si sono occupati della pianificazione della comunicazione dell'evento culturale, della redazione dei comunicati stampa, dell'organizzazione della conferenza stampa, dei rapporti con i media e della raccolta della rassegna stampa.

Infine quattro giovani hanno partecipato allo stage come aiuto tecnico, occupandosi della gestione tecnica del festival itinerante e del planning e esecuzione guidata di tutti i lavori tecnici

(dall'installazione di impianti audio e suono, all'allestimento degli spettacoli e dei luoghi di spettacolo).

Il totem

La settimana precedente il festival, presso ogni comune si è realizzato un laboratorio per la creazione di un elemento di un totem, che ha avuto lo scopo di unire i giovani dei paesi all'interno di un'attività comune. I sei elementi del totem corrispondenti ai sei comuni che hanno ospitato il laboratorio, uniti formano l'opera finale. Il totem, come per le tribù che adottano quest'oggetto, è il simbolo dell'unità e dell'identità del clan d'appartenenza; allo stesso modo per i comuni coinvolti è stato il simbolo della collaborazione per cogliere obiettivi condivisi.

I partecipanti al laboratorio di creazione del totem, con la guida degli artisti Giuseppe Savioli e Gianluca Melis, hanno creato dei disegni riguardanti il proprio paese e il processo d'interazione con gli altri paesi coinvolti. I disegni sono stati assemblati sulla superficie dell'elemento del totem.

Durante la manifestazione, alle 18:30, presso ogni singolo paese coinvolto, si è svolta la cerimonia di apertura della tappa dell'itinerario. Dopo una breve rappresentazione il totem è stato svelato e un nuovo suo elemento aggiunto con una carrucola guidata dai bambini.

Organizzazione della ricettività alberghiera ed extra alberghiera e servizi turistici

Di concerto con le attività già svolte dall'Agenzia nel settore ricettivo, è stata organizzata la permanenza delle compagnie e il soggiorno dei turisti affluiti nei paesi per la manifestazione presso le strutture esistenti, privilegiando quelle con caratteri di tipicità.

Sono stati creati specifici pacchetti turistici integrati sulla base degli itinerari già individuati, coinvolgendo le società operanti nel settore. Il pacchetto turistico, denominato Eventi speciali alla scoperta della marmilla, è stato inserito nella campagna promozionale del Festival.

Il mercato itinerante dei prodotti locali

Artigiani, produttori, e hobbisti sono stati coinvolti nell'organizzazione di un mercato comune itinerante, dove sono stati offerti i prodotti locali del territorio con l'obiettivo della valorizzare delle risorse agroalimentari dei comuni del territorio, offrendo ai produttori la possibilità di unirsi in un unico mercato che ha avuto più occasioni (quante le tappe dell'itinerario) per esporre, far conoscere e commercializzare i prodotti. Il mercato ha avuto lo scopo di unire l'offerta territoriale del settore e di rafforzare quelle attività spesso isolate, che si manifestano attraverso le attività organizzative di associazioni locali e pro loco, che possono avere buone potenzialità di sviluppo se incoraggiate e sostenute.

Questo primo esperimento ha avuto un certo successo: i produttori hanno partecipato con entusiasmo crescente. Sono stati coinvolti 16 hobbisti e 4 imprenditori che hanno partecipato, tranne pochissime occasioni, a tutte le tappe del festival.

Il mercato itinerante dei prodotti locali è stato come una vetrina del territorio pensata per offrire ai produttori che svolgono attività continuativa nuove possibilità di incremento del fatturato. Mentre, anche se solo per pochi giorni, altri abitanti hanno potuto offrire per l'occasione i prodotti del loro lavoro nelle campagne o il frutto delle loro capacità culinarie e artigiane. Grazie a questa occasione probabilmente alcuni di questi produttori estemporanei potrebbero decidere di esercitare il mestiere e intraprendere un'attività continuativa.

Ristorante itinerante

È stato attivato un ristorante itinerante con lo scopo di garantire un servizio ristorazione efficiente rivolto a residenti e residenti temporanei (artisti, turisti ed escursionisti).

Il ristorante, attraverso l'azione di animazione dell'Agenzia, ha avuto il coinvolgimento delle strutture di ristorazione esistenti nel territorio e l'integrazione con attività di collaborazione territoriale esistenti a livello associativo.

il festival itinerante Sogni a Spazi Aperti

Gli spettacoli di arte e di teatro in strada che sono stati eseguiti presso i centri coinvolti, vogliono trasformare gli spazi pubblici in un grande palcoscenico attraverso gli interventi artistici. L'intenzione è di far rivivere e riscoprire le piazze, le strade, gli slarghi, le vie, i palazzi. Si tratta dunque di dare a quei luoghi quotidianamente vissuti e conosciuti o anche dimenticati dai suoi abitanti, un ruolo attivo per riviverli sotto una luce differente.

Caratteristiche del festival:

- Offre occasioni di professionalizzazione e di nuove attività imprenditoriali;
- Abbraccia aspetti fondamentali della vita della popolazione, quello socio-culturale, quello ludico-creativo e quello relativo alla fruizione degli spazi urbani e collettivi.
- Rivaluta gli spazi pubblici e li rende maggiormente fruibili come luoghi di ritrovo;
- Presenta una vasta gamma di forme rappresentative del teatro e dell'arte di strada di alta qualità, con spettacoli di compagnie rinomate di livello internazionale;
- Trasforma vie, vicoli, piazze, sagrati e piazzette in palcoscenici naturali, dove le compagnie interagiscono con gli spettatori e lo spazio circostante;
- Crea occasioni d'incontro e confronto e suscita curiosità e sensibilizzazione per le diversità culturali;

- S'inserisce nel circuito europeo delle manifestazioni di teatro di strada e del circo contemporaneo attraverso la partecipazione a progetti comunitari.

Le compagnie e gli spettacoli

Il festival prevede dei veri e propri percorsi di “spettacolarizzazione” che conducono “dal centro alle periferie del Centro Storico”, creati in collaborazione con gli abitanti riuscendo a riabitare il Centro Storico trasformandolo in un mondo diverso. In questo senso organizzatore artistico lavora per affidare il processo di trasformazione a compagnie di altissimo livello internazionale:

- **Compagnie de la Caravane Jaune** (Francia) con lo spettacolo fisso *Barkés Orkestra*;
- **Les Sages Fous** (Canada) con lo spettacolo itinerante *Bizzarium: aquarium de rue - archéologie onirique dans une cité sous-marine*;
- **Begat Theater Compagnie** (Francia) con gli spettacoli itineranti *Yourqui* e *Les Clowns Photographes ovvero lo studio itinerante dei sogni*;
- **Is Mascareddas** (Sardegna), con gli spettacoli *Le storie di Leo e Areste Paganos e i Giganti*
- **Silence theatre** (Italia) con lo spettacolo *Come gli angeli...*
- **Il Theatre en vol** con gli spettacoli *Lassù le ali non hanno ruggine*,

Conclusioni e prospettive future

Il festival ha sicuramente riscontrato un notevole successo: col progredire delle tappe nei paesi coinvolti il pubblico andava via via aumentando, così come il suo entusiasmo. I partecipanti al festival erano non solo membri della popolazione locale ma grazie a una adeguata promozione regionale la manifestazione è riuscita ad attrarre numerosi visitatori sia dai paesi limitrofi che da luoghi più lontani. Ha avuto molto successo anche la grafica studiata per la promozione dell'evento che rappresentava un cielo stellato e una costellazione formata dai paesi coinvolti nel festival come a rappresentare la loro unità in un progetto comune.

CI si propone di fare un'accurata analisi di tutto il processo organizzativo e dei risultati ottenuti al fine di migliorare ulteriormente le future edizioni del festival che sono già state auspicate da tanti dei soggetti coinvolti. In primis dagli amministratori stessi e dell'agenzia di sviluppo Due Giare, che si è dichiarata pronta a continuare la strada intrapresa. Ma forse la cosa che ci ha reso più entusiasti è il fatto che in alcuni comuni la popolazione ha continuato a parlare del festival anche molti giorni dopo la sua conclusione. Quindi l'aver reso entusiasta la popolazione ci incoraggia più di tutto a continuare.