



www.planum.net  
The European Journal of Planning

# Rigenerazione urbana, cultura e identità

Flavio Camerata<sup>1</sup>

by *Planum*, ottobre 2009  
(ISSN 1723-0993)

---

<sup>1</sup> Flavio Camerata collabora alle ricerche del Dipsu, Università Roma Tre; e-mail:  
[fcamerata@gmail.com](mailto:fcamerata@gmail.com)

La questione dell'identità è ampiamente dibattuta quando si parla di rigenerazione urbana affidata alle politiche culturali. Il riferimento alla cultura (o alla creatività) infatti è ambiguo e il rischio di arbitrarietà è sempre in agguato. C'è un momento in cui bisogna decidere quale cultura scegliere tra le tante possibili; proprio la cultura rischia così di escludere chi non si sente rappresentato da questa scelta, magari a vantaggio di una classe media dominante più sensibile e ricettiva, oltre che più ricca.

In effetti, sono proprio i casi in cui si fa affidamento a grandi operazioni di marketing urbano a essere i più criticati. Alcuni esempi di città designate "Capitale Europea della Cultura" sono emblematici di come gli iniziali investimenti, troppo incentrati su politiche finalizzate al riconoscimento internazionale, non sono bastati a generare effetti benefici sulla questione sociale e a esprimere un'idea convincente di identità: a Glasgow (1990) e a Cork (2005), gruppi militanti locali hanno pubblicamente contestato la nuova immagine veicolata dalle grandi opere, in quanto lontana dalla propria identità, e colpevole di aver distolto l'attenzione dai problemi reali; nel Temple Bar di Dublino (1991) sono falliti i pur buoni propositi iniziali di affiancare, alle nuove attività di alto profilo, destinazioni d'uso miste e attività culturali minori più vicine alla comunità, e di promuovere la presenza di artisti locali nelle abitazioni del quartiere.

Anche negli Stati Uniti l'approccio più frequente e generalizzato allo sviluppo culturale sembra essere proprio quello "imprenditoriale": dal momento in cui i dipartimenti comunali per le politiche culturali sono stati spinti a giustificare il proprio budget in termini economici, le strategie più gettonate sono diventate quelle degli eventi speciali e dei complessi edilizi di alto profilo nelle aree urbane centrali; il fine è quello di richiamare turisti e investimenti e rilanciare l'immagine della città in un ambito di competizione internazionale, piuttosto che investire su programmi che interessino aree più marginali e che agiscano sulla produzione culturale locale tramite politiche redistributive e partecipative.

D'altra parte, le stesse ricadute dirette sull'economia non sono certo scontate: gli ingenti investimenti iniziali, oltre a distogliere l'attenzione da problemi più impellenti e a dirottare fondi dalle questioni di generale interesse pubblico, non garantiscono sempre la sostenibilità economica delle opere finanziate. Il Creative Industries Quarter di Sheffield, ad esempio, ha visto il fallimento degli obiettivi di ripresa economica e occupazionale su cui erano basati gli investimenti, oltre a risultare privo di vita sociale e di spazi pubblici perché troppo incentrato su attività produttive.

All'estremo opposto si trovano i casi di quartieri la cui identità culturale si sviluppa per una serie di coincidenze e in maniera più o meno spontanea. La stessa Helsinki ci offre l'esempio di Cable Factory, per certi versi speculare a quello di Arabianranta: una ex fabbrica di cavi elettrici che fu ceduta, in pieno declino industriale, dalla Nokia al Comune, il quale, nell'attesa di decidere sulla sua utilizzazione definitiva, la concesse in affitto ad artisti di vario genere. Solo successivamente si decise di ufficializzare questa spontanea evoluzione, e oggi Cable Factory è un'istituzione auto-finanziante che ospita concerti, mostre ed eventi, è sede di gallerie, teatri, atelier, club sportivi, scuole di arte e ogni genere di attività culturali; ed è uno dei simboli della trasformazione culturale di Helsinki, pur senza essere stata oggetto di una iniziale e mirata politica specifica.

Altrove, quartieri culturali nascono non solo in assenza di politiche mirate, ma addirittura in contrasto con le decisioni ufficiali: è il caso del pechinese Dashanzi 798, ex distretto militare destinato dalle autorità a diventare un polo elettronico, ma

progressivamente occupato dagli artisti che lo hanno trasformato in una città dell'arte. La nuova, spontanea, identità del quartiere è così forte da resistere ai programmi governativi.

Le critiche ai modelli di non-intervento pubblico, o di interventi più blandi, che si affiancano ai naturali processi evolutivi dei quartieri, sono meno frequenti ma non mancano, come nel caso di alcune zone di Eastside a Birmingham, che rischiano un'evoluzione negativa simile a quella del CIQ di Sheffield, pur essendo l'esito di un approccio ben diverso. Tali modelli non bastano da soli a evitare lo sviluppo di aree urbane monofunzionali, l'allontanamento di produzioni culturali locali minori, né le ricadute sociali di cui ogni quartiere soffre nel momento in cui i valori immobiliari cominciano a salire.

Arabianranta si colloca a metà strada tra i due estremi: è il caso in cui l'identità del quartiere culturale non è stata imposta dall'alto in virtù di considerazioni puramente economiche, né si è sviluppata con un processo spontaneo che ha portato un quartiere industriale a diventare un distretto culturale in maniera incontrollata; è stato fatto comunque un ragionamento su una sua possibile identità, a partire dalla storia del luogo, sono state studiate delle strategie e delle regole nella pianificazione, si continuano a coinvolgere i residenti e gli studenti nel processo di costruzione della comunità. Probabilmente è ancora presto per tirare le somme, resta da vedere come il quartiere reagirà in futuro e come si evolverà una volta che i lavori saranno terminati.

È probabile però che Helsinki non verrà colta impreparata, non essendo nuova alle politiche culturali, su cui ha investito in maniera strategica a partire dalla crisi economica dei primi anni '90; e su cui l'amministrazione si impegna a elaborare studi e statistiche tramite l'Istituto "City of Helsinki Urban Facts", che, prima ancora delle concettualizzazioni di *creative class* e *creative city*, si concentrò sulla definizione del potenziale creativo della città<sup>2</sup>. Il settore culturale e quello tecnologico, entrambi presenti in Arabianranta, sono le due facce di questo potenziale, evidenti anche nelle varie immagini pubblicitarie divulgate dalla capitale per promuovere se stessa.

Queste politiche culturali, inoltre, hanno maggiori probabilità di cogliere nel segno, in una città la cui tradizione urbanistica si basa su un approccio dominato dall'intervento pubblico, che finora è riuscito ad alleviare gli effetti negativi dei meccanismi di mercato e a evitare alti livelli di segregazione sociale e spaziale; anche se non mancano delle perplessità riguardo a certi recenti segnali di correzione di rotta in tale approccio.

Infine, la storia recente di Arabianranta presenta molti degli ingredienti che un convincente ragionamento di Porter e Barber (2006) elenca come fondamentali per un metodo alternativo di rigenerazione urbana basata sulla cultura: il dibattito pubblico e la partecipazione; il controllo delle pressioni del mercato immobiliare; la promozione di attività e destinazioni d'uso non incentrate soltanto sul consumo o sulla produzione; la partecipazione del pubblico e l'inclusione della diversità socio-culturale; il coinvolgimento di architetti, artisti e capitali locali.

---

<sup>2</sup> La Finlandia fu particolarmente colpita dalla crisi economica dei primi anni '90, arrivando a un picco di disoccupazione del 20% nel 1994 (Pennanen-Rebeiro-Hargrave e Kangasoja, 2003). Risalgono a quel periodo la decisione di "City of Helsinki Urban Facts" di commissionare a Comedia di Charles Landry uno studio sul potenziale creativo della città, e la conseguente introduzione del concetto di "città creativa" nella capitale finlandese.

Sarebbe opportuno, in definitiva, che le politiche urbane integrino rigenerazione e cultura in maniera organica e bilanciata, senza puntare a testa bassa sulla scommessa della città creativa. Decontestualizzata dal *milieu* locale, a cui i suoi studiosi reputano indispensabile far riferimento, la città creativa assomiglia infatti a una gallina dalle uova d'oro, inseguita da amministratori frettolosi che rischiano di investire su operazioni insostenibili nel medio periodo. Le conseguenze possono essere disastrose e, paradossalmente, del tutto simili a quelle del declino industriale che si vorrebbero contrastare: l'ennesimo e inaspettato stravolgimento economico, va ricordato, è sempre dietro la porta, e un mondo di città che si autoalimentano di grandi eventi culturali rischia di esserne il primo bersaglio.

## Bibliografia

- Binns L., *Capitalising on Culture: an Evaluation of Culture-Led Urban Regeneration Policy*, The future Academy - Faculty of the Built Environment, Dublino, 2005
- Bytyqi-Campbell A., *The Role of Creative Urban Design and Planning - Creative Cities*, IMAGE Residential Course, Delft, 2006
- Ciorra P., *Città e creatività - Soho vs Dashbanzi 798*, Urbanistica Informazioni, marzo-aprile 2006
- Florida R., *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, 2002
- Grodach C., Loukaitou-Sideris A., *Cultural Development Strategies and Urban Revitalization - A survey of US cities*, International Journal of Cultural Policy, vol. 13, n. 4, 2007
- Hall P., *Creative Cities and Economic Development*, Urban Studies, vol. 37, n. 4, 2000
- Klaus Kunzmann, *Culture, Creativity and Spatial Planning*, Town Planning Review, vol. 75, n. 4, 2004
- Landry C., *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*, Londra, 2000
- McCarthy J., *Encouraging Culture-Led Regeneration*, intervento alla "EURO Conference, Urban and Spatial European Policies: Levels of Territorial Government", Torino, 2002
- Piccinato G., *L'uso della storia*, in *Un mondo di città*, Torino, 2002
- Porter L., Barber A., *Planning the Cultural Quarter in Birmingham's Eastside*, European Planning Studies, vol. 15, n. 10, 2007
- Sacco P., *Verso la creatività: casi d'eccellenza*, Urbanistica Informazioni, marzo-aprile 2006
- Selwood S., *Measuring culture - Collecting statistics to prove the 'use' of the arts has been largely useless*, intervento al convegno "Statistics in the Wake of Challenges Posed by Cultural Diversity in a Globalisation Context", Montreal, 2002.