

Dall'Economia dell'Informazione all'Economia della Conoscenza: Il Ruolo della Partecipazione nei Processi di Rigenerazione Urbana.

Piera Della Morte

Introduzione

Le città europee sono state e sono tuttora oggetto di numerosi interventi di recupero e riqualificazione, attuati a diverse scale e con diverse finalità. Il tema del progetto urbano, dei suoi confini, del suo carattere multidimensionale e dei suoi confini indefiniti e "permeabili", offre spunti di riflessione e di approfondimento riguardo la natura e gli obiettivi progettuali.

La riqualificazione urbana intesa come semplice miglioramento delle condizioni degli spazi esterni e comuni della città, si espleta attraverso un insieme di azioni ed interventi ben definiti, che agendo esclusivamente sul capitale "fisso" e "fisico", rimangono operazioni fini a se stesse, cioè incapaci di generare virtuosi circoli di valorizzazione all'interno dell'area oggetto di intervento e nelle aree limitrofe. Tale approccio alla riqualificazione urbana pertanto difficilmente tiene in considerazione il fatto che i sistemi urbani contemporanei possano essere assimilabili a sistemi dinamici complessi, caratterizzati da un dinamismo evolutivo continuo e soprattutto da una rete fittissima di relazioni (univoche e biunivoche, di dipendenza ed interdipendenza) tra le sue parti. Pertanto la condizione della complessità urbana, che non può essere dimenticata, imporrebbe una visione sistemica al progetto di riqualificazione urbana, che contribuisca anche a gestire i legami e gli inevitabili "scambi" e flussi tra le parti.

Appare evidente che al termine "riqualificazione" potrebbe essere sostituito quello di "rigenerazione", in quanto la rigenerazione urbana nasce con l'obiettivo di riqualificare parti di territorio contraddistinte da carenze infrastrutturali e problematiche di disagio socio-economico, generalmente accompagnata da degrado fisico dei luoghi, mantenendo forti relazioni con il resto della città.

La città contemporanea appare essere sempre più fonte e generatrice di valori, generati e rigenerati anche, e soprattutto, in virtù della complessità che la contraddistingue. Pertanto alla città contemporanea non basta *ri-qualificare* (valori), ma ha bisogno di *ri-generare*, puntando a raggiungere livelli sostenibili di riproduzione di valori (materiali ed immateriali).

Tali processi virtuosi possono essere attivati tramite la valorizzazione e la divulgazione della dimensione culturale delle realtà urbane, che contribuendo ad alimentare la complessità e la diversità, costituisce un patrimonio unico ed inestimabile.

L'economia urbana: Dall'economia dell'informazione all'economia della cultura

L'enfasi sulla dimensione culturale nei processi di rigenerazione e rivitalizzazione delle aree urbane dipende in larga misura dalla natura ed intensità delle relazioni tra cultura, creatività e città. Così il pensiero economico, interpretando i fenomeni urbani sembra svincolarsi sempre più da quella concezione materiale e spaziale del "capitale" per approdare verso una sempre maggiore attenzione rivolta agli aspetti intangibili, ove predominano la conoscenza, la cultura e l'apprendimento umano.

La globalizzazione contemporanea ha generato processi di compressione spazio-temporale, modificando profondamente i principi alla base della competizione economica urbana, contribuendo alla definizione di un'inedita gerarchia sociale delle centralità e dei luoghi, nonché di una nuova consapevolezza riguardo alla rilevanza delle strategie di sviluppo e marketing nell'economia urbana. All'interno di tali strategie risultano fondamentali gli aspetti legati ai

processi d'innovazione che implicano più alti livelli di formazione, reclamando capacità duttili e ipotizzando un imponente ricorso al "capitale immateriale" (Florida, 2002).

Nell'era dell'economia della conoscenza la competizione economica non dipende più dall'accumulazione di "capitale materiale", bensì dalla necessità che i territori ed in particolare le città hanno di attrarre investimenti e *venture capital* di livello internazionale, di intercettare la domanda di nuovi soggetti consumatori (classi di cittadini, turisti e visitatori), oltre che di promuovere beni e servizi locali. Le città si presentano – a volte si autorappresentano – come luoghi dello scambio, del consumo della socializzazione, dell'apprendimento, ma in gran parte continuano ad essere, innanzi tutto, luoghi della produzione di beni materiali ed immateriali (Calafati, 2009), che devono competere a livello globale con altre città o aree metropolitane, rischiando spesso per questo motivo di snaturare o perdere in parte le proprie specificità. Pertanto la città concepita come erogatore di servizi e beni immateriali, diffusore d'informazioni, garante della protezione e valorizzazione della propria cultura, impone alcune riflessioni sulla natura di questi beni.

Il bene informazione risulta essere un "bene esperienza", ossia un bene il cui valore può essere giudicato solo attraverso il consumo. Per promuovere nuovi "prodotti esperienza" le realtà urbane sviluppano apposite strategie di marketing, che attirino il consumatore verso il "prodotto" promosso¹. Il nodo critico fondamentale che contraddistingue questo approccio economico verso l'uso dell'informazione, è rappresentato dalla velocità con cui si dispone delle stesse, la loro ubiquità e il bassissimo costo con cui sono distribuite, che comporta spesso un eccesso d'informazioni, ma "la ricchezza d'informazioni crea povertà d'attenzione" (Simon, 1969).

Ciò premesso, appare chiaro che all'origine della produzione del valore aggiunto stanno, sempre più, altri aspetti intangibili che connotano le realtà urbane come la dimensione delle conoscenze e delle competenze, cioè il capitale umano, la dimensione dei rapporti umani e dei modelli di socialità, quindi il capitale sociale, e la dimensione simbolica che contraddistingue l'identità di una comunità e di un luogo, che definisce i modelli comportamentali di percezione ed uso dei beni e servizi, in altre parole il capitale simbolico o culturale.

Allo stesso tempo, l'economia immateriale pone problemi nuovi sulla natura del benessere e dello sviluppo, in quanto anche in contesti di mercato sviluppo spesso si evince che gli individui consumano in modo inefficiente beni tradizionali e in misura insufficiente quelli relazionali.

L'elevata fluidità dei processi sociali, le geometrie variabili dei legami interpersonali sempre più disancorati dai contesti spazio-temporali, stanno erodendo le basi della società contemporanea decostruendo quelle rigidità strutturali che ne garantivano ordine e intelligibilità, inaugurando per gli attori sociali una nuova condizione umana caratterizzata da sradicamento, incertezza, precarietà esistenziale ed identitaria (Bauman, 2006; Cesareo, 2008). La distanza tra cittadino e città, tra cultura dell'abitare, del vivere e del gestire la città e pratiche progettuali, è testimoniata dal degrado dei centri urbani, e dalla sempre maggiore distanza che intercorre tra spazio e società².

Il ruolo della partecipazione nei processi di rigenerazione urbana

La città contemporanea catalizzatrice di differenze e laboratorio della complessità sociale diviene il luogo privilegiato per individuare la formazione di stili e forme di vita, che delineano il volto dei nuovi *social problems*.

¹ Il fenomeno dei *city users*, veri e propri consumatori metropolitani, che consumano e non restituiscono nulla alla città. La città dei *city users* è una città fragile e instabile, del tutto soggetta alle fluttuazioni del mercato.

² Rispettare l'obiettivo dell'inclusione sociale piena e attiva degli individui nei processi di definizione delle decisioni di trasformazione urbana, vuol dire poter partecipare a tutti i processi sociali ed essere così cittadini in senso pieno.

Al fine di migliorare le condizioni di vita quotidiane dei cittadini, consumatori di beni e servizi e garanti della conservazione del capitale relazionale (in crisi in molti contesti urbani), l'applicazione corretta delle pratiche d'ascolto e coinvolgimento della popolazione nei processi di costruzione delle decisioni pubbliche appare una possibile soluzione, in quanto la partecipazione dovrebbe avere l'obiettivo di costruire una gerarchia di priorità ed obiettivi collettivamente condivisi, attraverso continui sforzi di trade-off svolti tra le parti, e la circolarità del sistema decisionale che tenda ad aggiornarsi progressivamente. La rigenerazione e la rivitalizzazione urbana, partendo da obiettivi in tal modo definiti potrebbe attivare processi autoalimentati di valorizzazione e riproduzione di significati, in quanto generati e mantenuti dagli stessi soggetti che abitano, vivono e trasformano la città.

La cultura generata dall'ascolto e dalla partecipazione attiva dei soggetti interessati, contribuisce a mettere insieme innumerevoli chiavi di lettura e quindi visioni alternative di città, mosse da finalità ed intenzionalità alle volte del tutto conflittuali e in contraddizione tra loro. La ricchezza culturale insiste su questo livello di conflittualità, mutuato dal dialogo e dalla costruzione di sinergie tra le parti.

La capacità di una città di trasformare reddito in benessere, ad esempio, appare essere una proprietà indispensabile, e quindi un fattore chiave nella definizione di visioni e scenari di rigenerazione. L'antitesi tra reddito pro capite, valore economico quantificabile, e benessere si manifesta attraverso il processo dialettico tra soggetti che all'interno della città operano, portando avanti differenti interessi³. La città è definibile per tanto come un sistema *multistakeholders* alle prese con criticità diffuse, al cui superamento tutti i soggetti possono utilmente collaborare. Il sistema di conoscenza desunto dall'attivazione di percorsi partecipativi di rigenerazione urbana, dalla creazione di reti di fiducia e di responsabilizzazione nei processi decisionali, rappresenta un supporto fondamentale, un patrimonio di valori e significati cui tutti gli stakeholders possono riconoscersi. In questi termini l'economia della conoscenza può incidere in modo ancora più profondo sulle sorti delle realtà urbane, che potrebbero così raggiungere quella resilienza socio-istituzionale alla base di un sostenibile sviluppo economico.

Bibliografia

- Amendola, G., (2003), *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Laterza, Roma.
- Bauman, Z., (2006), *Modernità liquida*, Laterza, Roma.
- Calafati, A.G., (2009), *Economie in cerca di città: La questione urbana in Italia*, Donzelli editore, Roma.
- Cesareo, V., (2008), *La distanza sociale: Una ricerca nelle aree urbane italiane*, Franco Angeli, Milano.
- Ciappei, C., Surchi, M. (2010), *Cultura, Economia e Marketing*, Firenze University Press, Firenze.
- Florida, R., (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books.
- Fusco Girard, L., Nijkamp P., (2004), *Energia, Bellezza, Partecipazione: La Sfida della Sostenibilità*, Franco Angeli, Milano
- Simon, H. A., (1969), *The Sciences of Artificial*, MIT Press, Cambridge-MA.

³ Ricordando che l'obiettivo finale di un individuo è il benessere e non il reddito.