

OPINIONI

Appunti per una discussione

Cultura e sviluppo al di là dei luoghi comuni

di Pierluigi Sacco*

Quando si parla del rapporto tra economia e cultura si finisce spesso per citare la metafora del “volano” e per misurare tutto in termini di “indotto” e di fatturato.

È innegabile che una corretta presa di coscienza della dimensione del settore culturale, anche solo in termini di fatturato, sia un primo passo importante nel tentativo di meglio comprendere ed interpretare un fenomeno in costante evoluzione. Una ricerca svolta su indicazione del Commissario europeo alla cultura, pubblicata alla fine del 2006, definisce i confini del settore culturale-creativo e ne misura l'estensione, arrivando a stime che lo situano tra i più economicamente rilevanti, al pari delle telecomunicazioni e ben prima di settori storicamente molto importanti come il tessile e l'automobile.

Ma l'aspetto cruciale, e troppo poco discusso specialmente in Italia, è quello della natura del processo di

produzione culturale, e conseguentemente quello del disegno di più efficaci politiche per la cultura.

Per impostare questa discussione, il modello del “volano” si rivela ogni giorno più limitato e limitante. Il caso limite è quello della città dove in segno, Venezia, sempre più una non-città, la cui identità sembra consumarsi dall'interno, fino quasi a spegnersi. Venezia rischia di diventare un gigantesco parco a tema in cui l'immenso patrimonio culturale viene utilizzato in modo spregiudicato al fine di trasformare ogni turista in domanda pagante...

La sfida vera, per il disegno di una efficace politica per la cultura, è quella di mantenere viva, o riattivare, la capacità di reale innovazione e produzione culturale di una comunità o di una città.

Se questo è l'obbiettivo, il mantenimento e l'accrescimento del capitale intangibile, cioè della capacità di u-

*) Sintesi della relazione presentata del Prof. Pierluigi Sacco (IUAV, Università di Venezia) presso la Facoltà di Economia di Brescia il 15 settembre 2007 nell'ambito del festival Leducigiornate di Brescia.

na comunità di generare conoscenza (capitale umano), socialità (capitale relazionale), identità (capitale simbolico) è enormemente più importante di qualsiasi aumento dell'“in-dotto culturale”.

Dobbiamo imparare a pensare al settore culturale come ad una vera “filiera” produttiva, in cui le attività diffuse, basate sulla più ampia partecipazione e coinvolgimento dei cittadini, giocano un ruolo simile a quello della “ricerca di base” nei settori ad alto contenuto tecnologico. Per esempio, la produzione di software creativo è certamente un'attività generatrice di profitti, ma si appoggia su una miriade di esperienze “di base”, non necessariamente commerciali, basate sulla contaminazione tra cinema sperimentale, arti visive e musica.

La politica per la cultura, se vuole essere efficace, deve favorire lo sviluppo di capacità diffuse, di un contesto creativo che diventa poi supporto e stimolo per attività innovative nel settore culturale, ma non solo. Tutti ormai sanno, e anche molti imprenditori bresciani l'hanno imparato sulla propria pelle, che anche in settori molto lontani dalla produzione culturale la competizione è sempre di più sulle dimensioni intangibili, legate alla qualità ed al valore simbolico degli oggetti. Non ci sono facili ricette per imparare a diventare innovativi, ma sempre più ci si rende conto che idee anche brillanti, ma prodotte in vitro, fuori da un contesto di innovatività diffusa, finiscono per non trovare alcuna possibilità di

sviluppo. In questo senso una politica efficace per la cultura può diventare anche una componente importante di una politica industriale innovativa: stimolare e diffondere capacità creative diffuse favorisce l'innovazione in tutti i campi, non solo in quello culturale.

Questo legame, tra politiche per la cultura e capacità di innovazione, non è una semplice ipotesi teorica. Esistono ormai analisi dettagliate di casi concreti in cui lo sforzo di creare, attraverso politiche per la cultura mirate ed innovative, un più elevato grado di creatività diffusa ha avuto effetti tangibili sulla capacità di un territorio di avviare profondi processi di riconversione industriale.

Due casi tra i più studiati sono quelli di Denver, negli Stati Uniti, e di Newcastle, in Inghilterra. In entrambi i casi, la chiave è stata l'adozione di politiche esplicitamente volte ad aiutare lo sviluppo, il più diffuso possibile, di capacità cognitive complesse.

A Denver da vent'anni un'apposita imposta di scopo finanzia attività culturali e scientifiche, ma solo a patto che tali attività mirino alla formazione e alla “costruzione” del pubblico. Gli effetti sulla domanda di cultura sono stati impressionanti. Negli ultimi cinque anni Denver si è imposta come una delle città più vivaci e innovative degli Stati Uniti, con un indice di creatività (che combina misure sia dal lato della domanda che dell'offerta nel settore creativo) pari a tre volte la media nazionale.

Newcastle, partendo da un'esperienza innovativa di educazione musica-

OPINIONI

le, ha saputo risvegliare le energie creative dei propri cittadini fino a diventare la città inglese con il più alto tasso di partecipazione culturale, e anche un centro di attrazione per imprese innovative.

La nozione tradizionale di distretto produttivo sottolinea l'integrazione verticale, tra diversi stadi della produzione. Le esperienze di Denver e Newcastle, come di altre città europee e nordamericane, indica invece un nuovo modello di sviluppo, in cui è centrale la capacità di integrazione orizzontale, tra imprese e istituzioni che operano in aree contigue. Paradigma di questo nuovo modello di

sviluppo è proprio la produzione culturale, che da sempre si basa sull'ibridazione tra forme artistiche diverse (musica-testo, video-pittura, etc.).

Brescia, con il suo fortissimo retroterra produttivo, il suo patrimonio artistico e la sua posizione strategica sul più importante asse di comunicazione tra l'Italia e il resto d'Europa, ha tutte le caratteristiche per candidarsi a diventare un esempio importante di "distretto industriale evoluto". Ma per vincere questa scommessa è necessario andare oltre il modello, ormai superato, della cultura come "volano" del turismo.

