

**ABITARE L'ITALIA  
TERRITORI, ECONOMIE, DISEGUAGLIANZE**



**XIV CONFERENZA SIU - 24/25/26 MARZO 2011**

**Serravalle S. Creare valore attraverso l'uso creativo della città. Un'esperienza attiva della città in quanto spazio pubblico da progettare e reinventare attraverso il suo uso creativo, tecnologico e partecipativo. Quando i cittadini investono sulla città.**

[www.planum.net](http://www.planum.net)  
ISSN 1723-0993

XIV Conferenza Nazionale Società Italiana degli Urbanisti Abitare l'Italia. Territori, economie, diseguaglianze

Torino, 24-25-26 marzo 2011

Atelier 5: Mercati immobiliari ed economie urbane

Coordinatori: M. Ricci - C. Rizzi discussant: G. Pullara

## CREARE VALORE ATTRAVERSO L'USO CREATIVO DELLA CITTÀ

Un'esperienza attiva della città in quanto spazio pubblico da progettare e reinventare attraverso il suo uso creativo, tecnologico e partecipativo. Quando i cittadini investono sulla città.

Sara Seravalle ([saraseravalle@gmail.com](mailto:saraseravalle@gmail.com))<sup>1</sup>

*Parole chiave.* (3)

Rete de valore - community building - uso creativo

### **Premessa:**

L'economia urbana è definita dalla capacità che un quartiere o un'intera città ha di attrarre abitanti, city users, fruitori, investitori: capitale monetario, certamente, ma anche capitale sociale, e capacità di mantenere la qualità di vita e di interazione tra qualità dello spazio e vitalità sociale.

L'intenzione di questo paper è indagare la capacità di una città (e di una cittadinanza) di creare valore, anche economico, attraverso un rilancio creativo, attraverso usi innovativi dello spazio, attraverso la conciliazione di partecipazione, community building e tecnologie innovative.

L'esperienza urbana, romana, di "Testaccio in Piazza" e il dibattito acceso da Carlo Infante e da Urban Experience pongono sempre più l'accento su come il valore cresca e rivaluti parti di città con efficacia quando lo strumento che lo innesca è la creatività dei cittadini stessi che giocano la città in chiave nuova vivendone il cambiamento mentre provano a progettarlo. E in questo senso i progettisti che li aiutano diventano *dreamworkers*.

### **1. ri\_conversione (strategie - e tecnologie - per una diversa qualità dell'abitare?)**

"Lo sviluppo della nostra società riguarda l'evoluzione dell'idea di spazio pubblico, dall'invenzione del teatro nella *polis* greca alle piazze del Rinascimento.

E' in questo quadro che s'inserisce la creazione di ambiti partecipativi per l'aggregazione anche nel web) e nei social network in particolare."

Questo approccio, proposto da Carlo Infante con la community Urban Experience, può diventare un'opportunità per coniugare il principio basilare del sistema educativo, quello di formare cittadini, con la pratica culturale nel nuovo spazio pubblico che sta emergendo, che è fisico ma anche virtuale, che si gioca nelle piazze ma anche in rete.

La scommessa principale in atto per quanto riguarda l'Innovazione è direttamente proporzionale alla capacità d'interpretare la città per ciò che può diventare: il nuovo spazio pubblico, quello di una polis fatta da informazioni e attività prodotte dall'azione degli uomini che vivono e usano la rete ma anche lo spazio fisico, come nuova o ritrovata opportunità di relazione sociale.

Il progetto dello spazio pubblico non è più prodotto unicamente dall'azione degli specialisti (che ritrovano la loro vocazione pura di creatori di spazi, di contenitori, di elementi, di

---

<sup>1</sup> Presento questo paper a nome dell'Associazione di cittadini "Testaccio in Piazza", e in particolare dei miei colleghi: Marco Delli Veneri, Francesca Linchi, Mariano Morra, Romina Peritore, Luigi Valenza.

infrastrutture, di strutture; ma anche di un'atmosfera, di uno stile, di qualità architettonica e artistica, di valore del costruito) ma anche dagli utenti informativi e performativi che, attraverso l'approccio interattivo, esprimono il loro diritto-dovere di cittadinanza agendo lo spazio, usandolo, trovando usi plurimi e coordinandoli, per aumentare le potenzialità, per scoprirne di nuove e per arricchire e dare valore allo spazio pubblico.

Si tratta di condivisione, responsabile e non casuale, dello spazio pubblico.

L'utente delle reti può trovare il modo per portare con sé, dentro la rete **globale**, la dimensione **locale** della propria soggettività e della propria comunità, del proprio quartiere, del proprio spazio di vita; per dare forma alla coscienza dinamica della propria partecipazione attiva.

Lo spazio urbano viene allora ri\_convertito in palestra di cittadinanza attiva, in uno spazio che torna ad essere spazio di confronto e socialità di una comunità che torna a crescere dialogando, per strada e in rete e a rendere visibile, attraverso la cura e l'azione nello spazio, il proprio impegno rispetto alla trasformazione e alla riqualificazione dei luoghi della quotidianità. La qualità che emerge da queste azioni e trasformazioni è capace di attirare l'interesse, non solo dell'ente pubblico preposto agli interventi, ma anche dei cittadini stessi in qualità di investitori privati (di risorse non solo economiche) e di aziende e banche (o fondazioni) che investono, in virtù del proprio bilancio sociale, capitali nei progetti di rivalorizzazione del territorio.

## **2. la città "eventuale": la città come potrebbe essere.**

La città a cui faccio riferimento è forse definibile come "città eventuale" intesa come città degli eventi, degli avvenimenti (la prossima biennale dello Spazio Pubblico prevista a Roma a maggio sarà sicuramente uno di questi, come lo è stata l'Ottobrara Romana, sempre rispetto all'area di Testaccio a cui faccio riferimento nel mio scritto), ma non solo.

L'evento, la performance urbana, sta diventando sempre più un modo per giocare la città, per riusare e reinventare temporaneamente gli spazi pubblici: si pensi a quartieri come l'area Savona-Tortona di Milano nel periodo che accompagna il Salone del Mobile o a situazioni come quelle proposte da Esterni sempre a Milano o da Critical Cities o, ancora, da Urban Experience in territori spesso di risulta che diventano immediatamente poli d'attrazione per la cittadinanza anche se slo per poco.

Questo concetto arriva ad estendersi fino a rendere la città stessa un evento, come sarà presumibilmente per Expo, ma non è tanto questa la città "eventuale" a cui voglio far riferimento.

La città "eventuale" è anche la città come potrebbe essere, eventualmente, se usata in modi nuovi, creativi.

Il carattere di temporaneità diviene lo stimolo a progettare spazi flessibili, non troppo rigidi, o capaci di ospitare usi nuovi, che spesso non richiedono particolari strutture e adattano l'esistente, o, a volte, obbligano ad un esercizio di creatività per far convivere esigenze diverse e poco compatibili fra loro.

In questo senso è interessante per i progettisti progettare vivendo lo spazio, agire il progetto trasformando lo spazio mentre si tentano usi altri dello stesso luogo.

Ecco allora che i luoghi vanno "giocati", inventati, resi "performanti" sulla base dei propri bisogni e desideri, per non essere a nostra volta "giocati", controllati e indotti dagli automatismi del consumo di standard parametrati più sull'offerta che sulla propria domanda psicologica di crescita, come spiega, ancora una volta, Carlo Infante. Si apre un'opportunità attraverso cui liberare un'energia creativa secondo il principio della via partecipativa alla cittadinanza, in cui rientrano i diversi format inventati dall'*e-mobility generation* per la progettazione di spazi, ma anche di contenuti e strategie relazionali. Un indirizzo attraverso cui coniugare azione culturale, comunicazione multimediale e quel marketing territoriale spesso riduttivamente inteso come blando economicismo, per interpretare le potenzialità di città che sappia fare della società, una società della conoscenza basata sulla partecipazione attiva e consapevole del bene comune.

### **3. partecipazione e community building come strumenti per creare valore**

La crisi economica muta profondamente i termini dell'abitare e delle politiche che vi fanno riferimento. Richiede un nuovo impegno del progetto nell'arena pubblica e nuove conoscenze. La città oggi ha bisogno di essere vissuta, usata, trasformata da cittadini che investono sulle trasformazioni in atto, che contribuiscono a generare il cambiamento e non lasciano alle Amministrazioni Locali ormai prive di risorse, la responsabilità di creare qualità e valore.

Gli enti preposti al governo della città necessitano sempre più di aprire un confronto e una corresponsabilizzazione rispetto al bene pubblico, collettivo, con i privati, con i cittadini "con un potere diffuso nella società" (Blears, 2008); lasciando il controllo delle decisioni locali alle comunità, a gruppi organizzati di cittadini attivi. In Gran Bretagna lo sviluppo di comunità attive (Community Building and Empowerment), è stato centrale rispetto all'agenda di governo dell'ultimo decennio, come via per promuovere un rinnovamento democratico e una cittadinanza più attiva. Fondamentale in questo senso è stato il ruolo giocato dalle attività e dalle politiche partecipative nella promozione della coesione delle comunità locali. (Creasy *et al.*, 2008)

Il punto di forza di una partnership pubblico-privato, nelle trasformazioni urbane, sta nel coinvolgere gli utenti nella progettazione di ciò che utilizzeranno, attraverso lo sviluppo di metodi che evidenzino la duplice forza di "voce e scelta" degli utenti ("voice and choice") . Questo è stato sicuramente vero nel campo dei servizi negli ultimi anni, e diviene sempre più vero anche rispetto alla riqualificazione degli spazi pubblici. In questo senso trasformazioni del territorio reversibili, modificabili, capaci di adattarsi a diversi usi e non permanenti e vincolanti sono sempre più auspicate dalla cittadinanza e realizzabili con impegni di spesa contenuti.

Certo il dialogo tra cittadini e tra questi e l'Amministrazione Pubblica va indirizzato, guidato, strutturato. È importante costruire ponti trasversali tra le esigenze delle diverse comunità locali, ma è altresì importante creare ponti in verticale tra le comunità e gli organismi preposti alle decisioni (Blears, 2007). Questo aspetto necessita maggiore enfasi e nuovi strumenti, anche tecnologici e virali, per essere agito. Le comunità devono imparare ad organizzarsi in modo autonomo e informale utilizzando reti di contatti interpersonali (in questo si gioca il ruolo innovativo e fondamentale delle reti e dei social network) e queste reti devono dialogare con quelle istituzionali, devono divenire dei canali effettivi capaci di dar voce ai bisogni reali della cittadinanza affinché gli investimenti degli Enti pubblici siano focalizzati e efficaci.

Se in questo senso la partecipazione è uno strumento che agisce questo passaggio di informazioni, resta aperta la necessità di trovare investitori che diano valore ai territori favorendone la trasformazione e sostenendo gli sforzi delle comunità locali. Il rischio è sempre che le Amministrazioni pubbliche non dispongano dei fondi necessari per fornire risposta concreta alle comunità locali o per realizzare i progetti proposti dai cittadini.

Questo processo di "consapevolezza e responsabilizzazione dei cittadini", rispetto a ciò che può migliorare la qualità dello spazio che abitano, unisce la sfera personale a quella politica e disegna collaborazioni più solide rispetto alla ricerca di soluzioni, risorse, conoscenza dei bisogni, risultati e visioni presenti nelle comunità.

Putnam suggerisce di studiare quali forme di associazionismo si possono creare per ottenere il maggior capitale sociale, quanti aspetti tecnologici, quanti cambiamenti nell'equità sociale e quali effetti sulle politiche pubbliche si possono raggiungere. Egli enfatizza sull'importanza di riscoprire il valore che una comunità attiva può donare al proprio territorio.

Molte aziende negli ultimi anni si sono dotate di un bilancio sociale e di un codice etico di responsabilità sociale d'impresa. Facendo leva sul loro nuovo interesse ad investire sulla rivitalizzazione di un contesto urbano, e indirizzando il loro sostegno verso la progettualità congiunta e partecipata di enti pubblici e cittadini, si possono trovare cofinanziamenti importanti e dar vita a progetti di rilievo e qualità.

#### 4. Testaccio in Piazza: un esempio di uso creativo della città

Il progetto che avviato dal basso dall'Associazione Testaccio in Piazza per la riqualificazione di Piazza Testaccio che verrà svuotata dalla sua funzione mercatale, mira appunto ad essere insieme un progetto partecipato di community building, un'azione di partenariato pubblico-privato e una palestra di creatività per i cittadini giocata sia nel quartiere attraverso incontri ed eventi, sia in rete grazie ad alcuni social network.

L'idea di intraprendere il percorso di progettazione partecipata di Piazza Testaccio è nata dalla preoccupazione e alla volontà di un gruppo di cittadini che desiderano tornare a vivere la piazza, in special modo dopo lo spostamento del mercato. Questa idea pertanto non nasce da un disegno politico o dalla programmazione degli interventi previsti dall'Amministrazione Comunale di Roma. Il pericolo da scongiurare è quello di ritrovarsi una piazza svuotata dai banchi e transennata o un luogo di ritrovo sregolato. Numerose erano all'inizio le preoccupazioni che animavano diversi gruppi di abitanti e che, con questo percorso, si è cercato di analizzare, condividere e trasformare in un progetto quanto più possibile condiviso. Così è nata l'Associazione di cittadini *Testaccio in Piazza*.

Testaccio è un quartiere che conosce bene l'urbanistica partecipata. Qualche anno fa piazza Santa Maria Liberatrice è stata riqualificata grazie ad un progetto nato, anche in quel caso, dal basso. Oggi quella piazza è un luogo importante della socialità e della vita del quartiere. Ancora prima la sede del Roma Club, chiusa per problemi economici, è stata riaperta grazie all'impegno e al contributo economico versato dai tifosi e dai "vicini di casa".

Si tratta di un quartiere coeso, dalla vitalità intensa e dalla storia importante. Negli ultimi anni, la presenza dell'Università e l'apertura di numerosi locali, assieme all'apertura della Città dell'Altra Economia e del Macro, hanno portato molti giovani nel quartiere che è diventato uno dei luoghi della vita notturna romana. Piazza Testaccio, grazie alla presenza del mercato, finora è rimasta un luogo "protetto" dedicato alla vita del quartiere. La sfida del progetto avviato è quella di individuare nuovi usi per la piazza che salvaguardino questa sua peculiarità ma le diano nuovo valore.

Ai metodi tradizionali della partecipazione (interviste, questionari, focus group, tavolo dal confronto creativo) sono stati affiancati dei veri e propri eventi che hanno agito il mercato e la piazza trasformandone l'uso e riportandone alla luce le vocazioni originarie oltre a nuove possibili potenzialità. Tra i banchi del mercato è scaturita la voglia di ricostruire il vissuto e le storie di questa piazza. Attraverso una camminata radioguidata (walkshow) con l'aiuto di Urban Experience, di Muvideo e di Radio Rai 3, sono emersi ricordi, sogni, desideri, problemi e risorse del quartiere e della sua cittadinanza. Un'installazione video e un vjset ci hanno permesso poi di ricreare i suoni e le immagini frammentate della piazza e di immergerci in alcuni input capaci di risvegliare atmosfere e scenari possibili per le trasformazioni future.

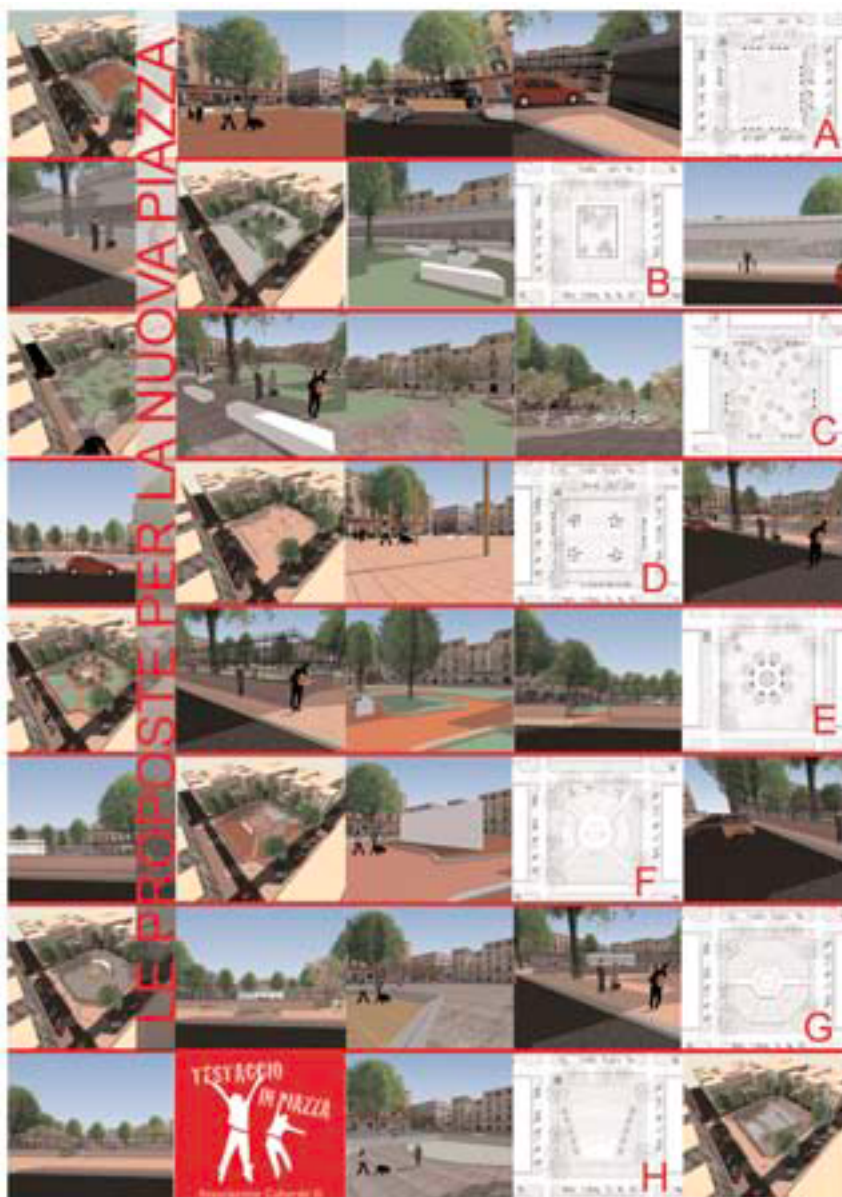
L'Associazione *Testaccio in Piazza* comprende associazioni, professionisti, commercianti, abitanti, persone che operano sul territorio e vogliono sostenere questo progetto. L'impegno distribuito tra tutti e il contributo di ciascuno con le proprie risorse sono la linfa vitale di questo percorso. L'idea è di portare alla piazza un valore aggiunto che ripaghi in futuro chi ha investito i propri sforzi in questo progetto. Per far questo i cittadini stanno cercando investitori e sponsor come Inarcassa che ha sostenuto e patrocinato parte del percorso e altri che interverranno nel cofinanziamento della realizzazione del progetto.

L'impegno dei cittadini è partito dalla ricerca di un linguaggio comune per potersi confrontare e per poter comunicare e condividere all'esterno del quartiere e all'Amministrazione i propri desideri e la propria progettualità. Se il ruolo dei professionisti all'inizio è stato di promozione, incentivo, sostegno e guida, oggi sono gli stessi cittadini a farsi promotori del progetto e a pubblicizzarlo per raccogliere pareri tecnici e consigli e poter arrivare a presentare al Comune un lavoro di qualità.

I progetti proposti dai cittadini sono stati 9 e attraverso un lungo lavoro di confronto e di discussione delle peculiarità di ciascuna proposta si è arrivati ad individuare una proposta condivisa che ora è in fase di approfondimento e che prevede una piazza destrutturata ma molto fruibile, capace di ospitare usi temporanei culturali e di incentivare la socializzazione ma anche

di venire attrezzata all'occorrenza per eventi più importanti. Si è scelto di contenere i costi di realizzazione ma si chiedono tempi certi e, soprattutto, si sta valutando una possibile gestione da parte dell'associazione stessa della cura della piazza e delle attività che ospiterà.

L'utilizzo di alcuni blog e social network ci ha permesso di spostare alcune discussioni in rete (come quella reagiva al rischio di una speculazione per la realizzazione di un PUP) lasciando agli incontri un carattere più di confronto e progettazione, ma anche di conoscerci e interagire ad un livello più comunicativo. Da questo punto di vista la trasparenza del percorso e la possibilità lasciata a chiunque di dire la propria è evidente e valorizzata.



## **hanno parlato e parlano di noi**

### **STAMPA**

La Repubblica, 10/09/2010, 25/09/2010, 23/01/2011

Il Messaggero, 18/12/2010

Left, 24 settembre 2010

Il sole 24 ore, 01 ottobre 2010

Terra, 16 ottobre 2010

Reporternuovo LUISS, Anno IV, supplemento al n. 8, 26 novembre 2010

Progetti e Concorsi n° 4 - supplemento di Edilizia e Territorio, 31/01/2011

### **WEB**

Marraï a fura, 21/09/2010

Urban experience, ottobrara romana

### **RADIO**

Rairadiotre, Chiodo fisso del 21 ottobre 2010: Passeggiate radioguidate

## **conclusioni**

il senso di questo lavoro è stato provare a dimostrare, - attraverso una sperimentazione scientifica e la definizione di un metodo trasferibile poi ad altre situazioni analoghe - che la creatività e la responsabilizzazione diretta degli abitanti rispetto alle trasformazioni del proprio territorio, unita al sostegno di alcuni privati interessati a sponsorizzare, patrocinare e sostenere l'iniziativa di sviluppo locale; possono costituire un metodo innovativo di riqualificazione e sviluppo almeno in parte autosostenibile (community building) e di reale collaborazione con l'ente pubblico di riferimento, realmente capace di aumentare il valore degli spazi su cui insiste, siano gli interventi temporanei, a carattere eventuale o di trasformazione strutturale del territorio.

## **bibliografia**

Anastacio, J., Gidley, B., Hart, L., Keith, K., Mayo, M. & Kowarzik, U. (2000). Reflecting realities: Participants' perspectives on integrated communities and sustainable development. Bristol: Policy Press.

Barnes, M., Newman, J. & Sullivan, H. (2007). *Power, Participation and Political Renewal*. Bristol: Policy Press.

Bleas, H. (2008). Introduction to 'Communities in control: real people, real power' White Paper presented to Parliament by the Secretary of State for Communities and Local Government. Retrieved from: <http://www.communities.gov.uk/communities/communityempowerment/communitiesincontrol>

Cantle, T. (2005). *Community Cohesion*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Creasy, S., Gavelin, K. & Potter, D. (2008). Everybody needs good neighbours? A study of the link between public participation and community cohesion. London: Involve.

Lowndes, V. & Sullivan, H. (2004). Like a Horse and Carriage or a Fish on a Bicycle: How Well do Local Partnerships and Public Participation go Together? *Local Government Studies*, 30 (1), 51-73.

Lowndes, V., Pratchett, L. & Stoker, G. (2006). *Making participation count in local politics*. London: Institute for Public Policy Research.

Pitchford, M. (2008). *Making spaces for community development*. Bristol: Policy Press.

Putnam, R. D. (1995). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. New York: Simon & Schuster

Skelcher, C. (2003). Governing communities: parish pump politics or strategic partnerships? *Local Government Studies*, 29 (4), 1-16.

Taylor, M. (2006). Communities in Partnership: Developing a Strategic Voice. *Social Policy and Society*, 5, 269-279.

Yunus, M. (2010).

