

Un nuovo modello di città creativa è possibile

di Angelo Laudiero

Fin dagli anni Novanta, molti economisti, sociologi, urbanisti e analisti politici hanno rimarcato l'importanza dell'economia creativa e culturale nei processi di sviluppo e rigenerazione urbana. I concetti di cultura, creatività, professioni creative, industrie culturali e creative[1] hanno segnato la letteratura sull'economia culturale delle città[2], che si è intrecciata con l'idea di città creativa a partire dai primi anni Duemila[3]. In primis, Landry e Bianchini[4] hanno sottolineato che da sempre le città hanno avuto bisogno della creatività per lavorare come centri di produzione e scambio, con la loro massa di imprenditori, artisti, intellettuali, studenti, amministratori, ecc. In particolare, gli artisti e le organizzazioni culturali sono stati identificati come agenti urbani che partecipano alla vitalità e al carattere delle città[5] e le attività culturali come parte importante della rigenerazione urbana di interi quartieri.

Tuttavia, questa fase è stata fortemente caratterizzata dal lavoro di Florida[6] sulla definizione e sulle caratteristiche della città creativa. Florida sostiene che sia l'impatto del capitale umano e della "classe creativa" a determinare lo sviluppo urbano, superando l'idea di "consumer city"[7] e di "entertainment machine"[8]. Le città, in sostanza, devono attrarre la classe creativa per assicurarsi uno sviluppo duraturo: se il modello economico si è trasformato con la crisi dell'industria pesante e la transizione all'economia della cultura e della conoscenza[9], saranno le occupazioni creative a reggere il grosso della nuova economia. Il cuore di questa classe creativa è composto da scienziati, ingegneri, professori universitari, poeti, scrittori, artisti, attori, designer, architetti, ma anche editori, figure culturali, ricercatori, analisti, ecc.[10], oltre a includere professionisti impiegati nei settori dell'high-tech, dei servizi finanziari, legali e del business management. In questa prospettiva basata sul capitale creativo, la classe creativa è il motore della crescita economica e tende a vivere e lavorare in luoghi innovativi, diversi, tolleranti e ad alta propensione tecnologica (i cosiddetti "centri creativi").

Ebbene, secondo Florida, questa concentrazione di persone creative starebbe alla base dello sviluppo economico di quelle città definite, appunto, "creative". La nuova geografia della creatività si baserebbe sulle "3 T" dello sviluppo economico: tecnologia, talento e tolleranza sono le caratteristiche fondamentali che devono possedere le città se vogliono attrarre la classe creativa, generare innovazione e stimolare lo sviluppo. Ora, ponendo l'attenzione sul legame tra classe creativa e sviluppo urbano, Florida sostiene che una certa avanguardia di creativi tenda a stabilirsi inizialmente in quartieri periferici e degradati della città, approfittando dei bassi prezzi degli alloggi. Successivamente, però, l'interesse della classe creativa a stabilirsi verso quelle aree della città implica che questa stessa classe domandi determinati servizi, strutture e infrastrutture (edifici storici, loft, strade pedonali, bar, ristoranti, spazi culturali, e altri elementi tipici di una città creativa), contribuendo alla rigenerazione di quegli spazi urbani. Una tesi, quella di Florida, che si è diffusa prima in Nord America e poi in Europa, tale da monopolizzare il discorso accademico su questi temi e da influenzare le scelte di molte amministrazioni comunali in giro per il mondo.

Nonostante il successo internazionale della teoria sulla città creativa, molte critiche sono state mosse contro le tesi di Florida. In particolare, Scott[11] definisce la città creativa come caratterizzata da un profondo squilibrio economico e sociale tra classi "alte" e "basse" della forza lavoro, sottolineando come questo modello di sviluppo socio-economico e le sue complesse condizioni urbane implicino una evidente segmentazione socio-spaziale che caratterizza i grandi centri dell'economia globale. Secondo Scott[12], infatti, mentre nella classica società fordista la divisione della forza lavoro si rifletteva nella separazione tra "colletti bianchi" e "tute blu", nella nuova

economia questa divisione è rappresentata dalla classe creativa da un lato e da una sottoclasse a basso reddito dall'altra.

Naturalmente, la nuova significativa stratificazione della società urbana implica riaggiustamenti consequenziali nella geografia dei quartieri urbani. Uno dei più evidenti è la rivitalizzazione delle aree della città prescelte dalla classe creativa, specialmente dentro e attorno al centro cittadino. Tale fenomeno è noto come "gentrification": all'iniziale incursione di artisti e bohémien nei vecchi quartieri industriali ormai dismessi, segue un rapido aumento del costo degli immobili e degli alloggi e il conseguente spostamento dei residenti originari verso aree della città meno care[13].

La rigenerazione di certe aree della città, poi, è solitamente accompagnata da grandi investimenti in servizi culturali e di intrattenimento come musei, gallerie d'arte, arene per eventi sportivi e musicali, che attraggono lavoratori dagli alti stipendi, molto qualificati e occupati in settori cognitivi e culturali. Queste trasformazioni implicano, a lungo andare, l'amplificarsi di una separazione socio-economico-spaziale tra aree di grande prosperità connesse con l'economia globale e un'ampia fetta di quartieri (e residenti) marginalizzati dal punto di vista sociale, economico, culturale e politico. Tale divario è esacerbato poi dalla crescente competitività del mercato del lavoro introdotto dall'ideologia neoliberista e dalla globalizzazione: basti pensare - dice Scott - che la fascia più alta della forza lavoro urbana detiene avanzate conoscenze tecniche, analitiche e culturali, mentre la sottoclasse urbana (o sottoproletariato) è per lo più impiegata in mansioni a basso valore aggiunto, nei lavori più umili e a servizio della classe creativa[14].

Anche Markusen[15] critica la nozione di classe creativa sulla base della relazione causale tra questa classe e lo sviluppo urbano, suggerendo che la formazione, localizzazione e impatto delle occupazioni creative sono molto più complesse rispetto a quanto proposto da Florida. Secondo Markusen, la distribuzione spaziale della classe creativa è frutto di decisioni semi-autonome e personali: i "creativi" danno un contributo positivo alla diversità e alla vitalità delle città, promuovendo la crescita economica e i consumi[16], ma il loro contributo nell'attrarre attività tecnologiche è quantomeno ambiguo. Ciononostante, Markusen rimarca l'importanza di analizzare il ruolo che gli artisti hanno nelle città creative su più livelli - sociale, culturale ed economico[17]: la loro presenza attrae altri artisti, stimola i consumi culturali, frena gli esodi della popolazione residente e, soprattutto, aiuta le aree in declino a creare un ambiente socialmente inclusivo[18].

A sua volta, Pratt[19] costruisce la sua critica sulla base del ruolo che la classe creativa gioca nei processi di rigenerazione urbana, focalizzandosi sulla causalità tra questa classe e le trasformazioni urbane. Secondo Pratt, infatti, l'argomento della creatività viene usato come magnete per attrarre le industrie dell'hi-tech, implicando l'idea che le città debbano adattarsi ai valori della classe creativa. Ma ciò - sostiene Pratt[20] - non significa che la creatività sia universale e quindi direttamente proporzionale allo sviluppo economico, ma che, anzi, essa sia relativa e situazionale. In questo, Pratt vede la città di Florida come una città tipicamente neoliberista e in particolare costruita per una audience privilegiata, escludendo implicitamente altri gruppi sociali.

Seguendo queste suggestioni, Pratt e D'Ovidio[21] ritengono che il modello della città creativa si adatti perfettamente alle strategie e alle logiche del neoliberismo globale di competitività tra città (anche se nascoste dietro il volto umano, artistico e culturale della creatività). Nello specifico, la città creativa rappresenta un punto di svolta nel discorso neoliberista, specialmente nel modo in cui tale città dovrebbe vendere se stessa, la sua comunità e la sua cultura come prodotti per attrarre investimenti diretti esteri e basare il proprio modello di sviluppo sul consumo e non su una crescita endogena e sostenibile. Inoltre, non solo le occupazioni e la qualità del lavoro prodotto dalle industrie creative aumentano i processi di polarizzazione, ma il lavoro creativo e culturale in senso stretto è in realtà poco remunerato e associato a condizioni sociali povere, specie in comparazione con il suo ruolo strategico nei processi d'innovazione[22].

Infine, Leslie e Catungal[23] criticano la teoria della classe creativa, partendo dall'assunto che essa

confini le classi lavoratrici ad un ruolo passivo nelle trasformazioni economiche. La ragione delle crescenti disuguaglianze e polarizzazioni sociali ed economiche risiede nel fatto che la crescita della classe creativa sembra essere accompagnata dalla crescita di una classe di lavoratori sottopagati, che provvede a fornire una serie di servizi per soddisfare i bisogni di riproduzione sociale della classe di professionisti creativi (in settori quali pulizie, assistenza all'infanzia, ristorazione, ecc.). Catungal, Leslie e Hii[24] rimarcano anche che la rigenerazione di interi quartieri della città creativa sia associata non solo alla gentrification e all'aumento dei prezzi del mercato immobiliare, con conseguente spostamento di fasce di popolazione a basso reddito, ma che, anzi, in molti casi le politiche urbane abbiano enfatizzato e supportato tali processi. In questo senso, la tesi neoliberaista della città creativa ha soppiantato le politiche Keynesiane basate sulla redistribuzione, contribuendo ad un aumento delle disuguaglianze di classe, sociali ed economiche.

Sulla base di queste critiche, superando i concetti di classe creativa e città creativa, e concentrandosi sulla città neoliberaista in generale, diversi studiosi hanno proposto modelli alternativi comunque basati su cultura e creatività come strumenti di sviluppo urbano sostenibile. Sasaki[25], ad esempio, afferma che ripensare la città creativa significa offrire soluzioni creative ai problemi di esclusione sociale: in particolare, le politiche urbane e culturali di inclusione sociale dovrebbero consentire a tutti i cittadini di partecipare in termini economici, sociali e culturali alla vita delle loro comunità, fornendo standard adeguati per garantire opportunità, risorse e soprattutto una visione urbana inclusiva. In questa visione, le politiche culturali dovrebbero essere condotte attraverso la cooperazione tra agenti economici, sociali, politici e non profit che affrontino direttamente il problema dell'esclusione sociale, alimentando la partecipazione attiva dei cittadini. Sostanzialmente, si tratta di raggiungere una maggiore integrazione tra valori economici e sociali in un modello di sviluppo sostenibile basato su cultura, creatività, inclusione e coesione sociale e sostenuto da tutti i gruppi portatori di interessi pubblici, privati e non profit[26].

In questo discorso, quindi, l'arte, la creatività e la cultura (e le loro industrie) non giocano solo un ruolo economico strategico, ma ottengono anche un riconoscimento per la fondamentale funzione di transizione verso un modello differente. In tale modello, gli aspetti sociali hanno un'importanza predominante su quelli strettamente economici, mentre gli aspetti artistici, materiali e immateriali della cultura assumono una funzione strategica nel salvaguardare l'identità dei luoghi e delle comunità[27]. In effetti, molti studiosi hanno sottolineato il ruolo della cultura nel ridurre l'esclusione sociale, specie nella capacità di ridare slancio all'attrattività di certi luoghi, nel dare voce alle comunità e nel costruire (o ricostruire) l'identità locale[28]. Per questo, la cultura è concepita come uno strumento chiave nella costruzione del tessuto sociale: non solo come mezzo attraverso il quale i cittadini sentano di appartenere alla propria città, ma anche un elemento chiave che includa individui e comunità marginalizzate a partecipare alla vita economica e sociale. Anche per questo motivo, quindi, la cultura è un elemento fondamentale in un modello di sviluppo urbano sostenibile, ovvero un driver cruciale per la costruzione dinamica di identità individuali e collettive[29].

In conclusione, come sostiene Fusco Girard[30], una visione differente della città creativa implica l'idea di una città che investa in resilienza economica, ecologica, sociale e culturale per fornire risposte adeguate ai cambiamenti e per adattarsi e reagire agli shock interni ed esterni usando risorse locali[31]. Una città resiliente è anche una città creativa, capace di trovare un nuovo equilibrio tra le destabilizzanti pressioni esterne portate dalla globalizzazione e lo sviluppo di nuove opportunità al proprio interno.

Ora, considerando le crisi economiche, ecologiche e sociali degli ultimi anni, alle quali si è aggiunta quella pandemica da Covid-19, appare evidente come le città debbano necessariamente riorganizzarsi per adattarsi e resistere a questi shock esterni, specie nelle complesse relazioni tra società civile, istituzioni private e attori pubblici. Proprio l'assenza di fiducia tra cittadini e istituzioni ha determinato la caduta della capacità cooperativa di molte città, provocando spesso ritardi e

inefficienze nella gestione della cosa pubblica, oltre che nei processi partecipativi e decisionali. Di conseguenza, una nuova governance urbana che includa attori pubblici, privati, non profit e della comunità locale e che investa in politiche culturali potrebbe moltiplicare le opportunità per ridurre la povertà, le disuguaglianze e le disparità. Tale modello di governance alternativo, insistendo su cultura, partecipazione e cooperazione, combinando interessi pubblici e privati, potrebbe segnare una nuova fase della città creativa: una città più ugualitaria, più giusta, che superi il modello neoliberista ancora in voga e che basi il suo sviluppo su beni comuni, capitale sociale, democrazia e sostenibilità.

- [1] Caves R., *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, 2000; Howkins J., *The Creative Economy: how People make Money from Ideas*, Allen Lane, 2001; DCMS, *Creative Industries Mapping Document*, U.K. Department for Culture, Media and Sport, 2001.
- [2] Lash S., Urry J., *Economies of Signs and Space*, London, Sage, 1994; Scott A., *Regional Motors of the Global Economy*, *Futures*, 28 (5), pp. 391-411, 1996; Pratt A., *The Cultural Industries Production System: a case study of Employment Change in Britain, 1984-91*, *Environment and Planning A*, 29 (11), pp. 1953-1974, 1997.
- [3] Landry C., *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Comedia, Earthscan Publications Ltd, London, 2000; Florida R., *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, 2002.
- [4] Landry C., Bianchini F., *The Creative City*, Comedia, London, 1995.
- [5] Landry C., Greene L., Matarasso F., Bianchini F., *The Art of Regeneration. Urban Renewal through Cultural Activity*, Comedia, London, 1996.
- [6] Florida R., *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, 2002.
- [7] Glaeser E., Kolko J., Saiz A., *Consumer City*, *Journal of Economic Geography*, Oxford University Press, 1 (1), pp. 27-50, 2001.
- [8] Lloyd R., Clark T., *The City as Entertainment Machine*, University of Chicago Press, 2001.
- [9] Scott A., *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, Oxford University Press, 2001.
- [10] Florida R., *Cities and the Creative Class*, *City & Community*, 2 (1), pp. 1-19, 2003.
- [11] Scott A., *Cultural Economy and the Creative Field of the City*, *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, 92 (2), pp. 115-130, 2010.
- [12] Scott A., *Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions*, *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), pp. 1-17, 2006; Scott A., *Beyond the Creative City: Cognitive-cultural Capitalism and the New Urbanism*, *Regional Studies*, 48 (4), pp. 565-578, 2014.
- [13] Lloyd R., *Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago*, *Journal of Urban Affairs*, 24 (5), pp. 517-532, 2002; Zukin S., *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1982.
- [14] Scott A., *Beyond the Creative City: Cognitive-cultural Capitalism and the New Urbanism*, *Regional Studies*, 48 (4), pp. 565-578, 2014.
- [15] Markusen A., *Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists*, *Environment and Planning A*, (38), pp. 1921-1940, 2006.
- [16] Markusen A., Schrock G., *The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications*, *Urban studies*, 43 (10), pp. 1661-1686, 2006.
- [17] Markusen A., King D., *The Artistic Dividend: The Hidden Contributions of the Arts to the Regional Economy*, *Project on Regional and Industrial Economics*, University of Minnesota,

Minneapolis, 2003.

[18] Markusen A., *Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists, Environment and Planning A*, (38), pp. 1921-1940, 2006.

[19] Pratt A., *Creative Cities: the Cultural Industries and the Creative Class*, *Geografiska Annaler Series B, Human Geography*, pp. 107-117, 2008.

[20] Pratt A., *The Cultural Contradictions of the Creative City*, *City, Culture and Society*, 2 (3), pp. 123-130, 2011.

[21] Pratt A., D'Ovidio M., *Quale Cultura per la Città Creativa*, Milano, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, 2014.

[22] Pratt A., Hutton T., *Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning from the Financial Crisis*, *Cities*, 33, pp. 86-95, 2013; Pratt A., *Resilience, Locality and the Cultural Economy*, *City, Culture and Society*, 6 (3), pp. 61-67, 2015.

[23] Leslie D., Catungal J., *Social Justice and the Creative City: Class, Gender and Racial Inequality*, *Geography Compass*, 6 (3), pp. 111-122, 2012.

[24] Catungal J., Leslie D., Hii Y., *Geographies of Displacement in the Creative City: the Case of Liberty Village, Toronto*, *Urban Studies*, 46 (5-6), pp. 1095-1114, 2009.

[25] Sasaki M., *Urban Regeneration through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City Theory through a Japanese Case Study*, *Cities*, 27 (1), pp. 3-9, 2010.

[26] Grodach C., *Toward Sustainable Culture-led Regeneration*, in Leary M., McCarthy J. (eds.), *The Routledge Companion to Urban Regeneration*, Routledge, London, pp. 505-514, 2013.

[27] Lazzeretti L., *The Resurge of the "Societal Function of Cultural Heritage". An Introduction*, *City, Culture And Society*, 3 (4), pp. 229-233, 2012.

[28] Grodach C., *Art Spaces, Public Space, and the link to Community Development*, *Community Development Journal*, 45 (4), pp. 474-493, 2009; Markusen A., Gadwa A., *Arts and Culture in Urban/Regional Planning: a Review and Research Agenda*, *Journal of Planning Education and Research*, 29 (3), pp. 379-391, 2010.

[29] Duxbury N., Hosagrahar J., Pascual J., *Why Must Culture Be at the Heart of Sustainable Urban Development?*, *United Cities and Local Governments (UCLG)*, 2016.

[30] Fusco Girard L., *Creativity and the Human Sustainable City: Principles and Approaches for Nurturing City Resilience*, in Fusco Girard L., Nijkamp P., Baycan T. (eds.), *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives*, Ashgate, London, pp. 55-92, 2012.

[31] Oliva S., Lazzeretti L., *Adaptation, Adaptability and Resilience: the Recovery of Kobe after the Great Hanshin Earthquake of 1995*, *European Planning Studies*, 25 (1), pp. 67-87, 2017.