

Dal New Public Management culturale alle Imprese Culturali e Creative: umanizzare e rigenerare comunità e territori

di Giusy Sica, Assegnista di Ricerca in “Pratiche di sviluppo locale sostenibile e di rigenerazione urbana e culturale: sfide ed opportunità di innovazione sociale” presso il Centro Interdipartimentale LUPT- Founder Re-generation (Y)outh Think Tank

di Giovanna Lusini, Già Tirocinante per l'Alto Osservatorio sulle Politiche d'Europa (A.O.P.E)

1. La cultura e la ri-generazione del tessuto umano

Mai come in una fase storica densa di cambiamenti, di riforme affastellate le une sulle altre e di crisi che si rincorrono, da ultima quella correlata al covid-19, si rende necessario affidarsi ai dati, ma soprattutto saperli leggere: quei numeri che raccontano di una società che si trasforma percentuale dopo percentuale. In Italia, il settore maggiormente colpito è stato quello culturale e creativo con un calo medio dell'occupazione del 2,9 % nell'intero settore dei servizi. Le ore lavorate sono diminuite del 14,9 % contro un -8,9 % nei servizi. Si tratta del peggior calo registrato, dietro a quello del settore turistico. Il 2021 è anche l'anno in cui diventa, per queste ragioni, necessario ri-generare il concetto di cultura e ripensarlo come un innesto sinergico, in un'ottica sostenibile e socialmente innovativa perché investe il paesaggio umano del micro-sistema territoriale. Se il fondamento dell'eredità culturale è la "generazione" di uno spazio tanto fisico quanto mentale, la testimoniata restituzione di quanto ha dato e di quanto ha influito sull'identità di chi lo vive ne è la ri-generazione. L'innovazione e la cultura non sono l'alternativa ma la sola scelta possibile. Lo stesso concetto di ri-generazione, nel momento in cui viene applicato, viene ri-generato: è un unicum. In un mondo privo oramai di capacità di espansione, il futuro è nell'inclusione e non nell'esclusione. E' nella cooperazione e non nello sfruttamento. È nel ricavare spazi vivibili e sostenibili per tutti.

Non appare affatto esagerato quindi sostenere di essere dinanzi ad una "invisibile rivoluzione culturale" indicando con ciò l'avvio di una fase di accelerazione dello sviluppo economico sulla base delle nuove tecnologie e della nuova centralità dell'informazione e della conoscenza nei processi produttivi. Peraltro, la produzione ed il consumo di cultura favoriscono una valorizzazione del tessuto sociale (in termini di coesione della comunità, qualità delle relazioni umane, sentimento di fiducia, disponibilità alla cooperazione, senso di identità territoriale), che tramuta l'identità locale in un concetto-chiave per salvaguardare le peculiarità culturali dei territori, stabilendo uno stretto rapporto tra i processi creativi ed il sostegno a "politiche identitarie" che esaltano l'autenticità culturale dei luoghi. Il fatto che tali fenomeni si affermino proprio in un'epoca di globalizzazione economica conferma la tesi che essi rappresentino la naturale reazione all'omologazione culturale che la stessa globalizzazione porta con sé. L'internazionalizzazione dei mercati infatti rafforza il ruolo dei luoghi, attraverso un duplice ordine di conseguenze: uno di tipo sociale che tende a salvaguardare e rispettare la cultura, la sopravvivenza delle espressioni popolari più peculiari, l'eredità

culturale, i sentimenti di appartenenza sociale. L'altro di tipo economico, che conferisce nuovo vigore ai prodotti cui viene attribuito un forte valore simbolico, nutrito di dettagli che hanno a che fare con la cultura, le tradizioni e il gusto locale.

2. Il new Public Management per le politiche culturali

L'estensione del New Public Management (NPM) al settore culturale ha come conseguenza che «i processi decisionali diventano essenzialmente strumentali, guidati da una forma di razionalità tecnica e da logiche efficientistiche piuttosto che sostanziali e legate alle specificità dell'educazione». Il NPM applica microtecniche del settore privato o di quasi-mercato alla gestione del settore pubblico e sostituisce l'etica del servizio pubblico con norme e regole di tipo contrattualistico, vale a dire non basato sulla dimensione fiduciaria ma sull'economicità, efficienza ed efficacia tramite caratteristiche distintive, quali la fiducia nel potere del management, l'elaborazione di strategie di sviluppo ed una forte leadership. Per concludere, si tratta di concetti-indicatori nei processi d'uso dei beni, pubblici o privati. Si nota come ciò determini un mutamento rispetto al modo in cui tali attori, le università ed i centri di ricerca, dunque l'istruzione superiore nell'epoca del postwelfarismo, interpretano e giustificano la loro istituzionalità con cui tradizionalmente hanno premuto sulla cultura professionale della ricerca libera e del dibattito mediante la performatività. Si parla di postwelfarismo rispetto all'interpretazione dominante e che si tende a dare della società della conoscenza, in cui si tratterebbe di "socializzare" (o, secondo un'altra ottica di "privatizzare") l'educazione, la formazione, l'istruzione e la ricerca al fine di rispondere meglio ai bisogni più reali o, stando ad una seconda ipotesi, inserendo strategie di mercato nei servizi ed interpretando il post-welfarismo della società della conoscenza come un passaggio ad un regime di mercato della formazione, e che genererebbe in realtà un ridimensionamento di tali sistemi. Gli orientamenti neoliberali si correlano al concetto di globalizzazione così come a quello di economia della conoscenza: in tale ottica i governi considerano strategico il ruolo dell'istruzione superiore, di cui le università sono driver, spinte a creare legami con il mondo produttivo e degli affari. Ma, come visto, non solo: da un sistema di tipo input-output, simile ad una funzione della produzione economica, del NPM si è passati con il RRI ad una centralità fondante del public engagement. «L'implementazione delle riforme e la loro interpretazione» alternate negli ultimi anni in relazione a tali cambiamenti paradigmatici e di gestione nonché in risposta a nuove esigenze nella learning society (insieme alle sue plurali

definizioni di economia della conoscenza, società della conoscenza, società dell'informazione) «sono frammentate su differenti livelli decisionali e assegnate a diversi soggetti: molteplici stakeholders articolano le proprie domande e interessi, che determinano dei processi decisionali interni piuttosto complessi. Le politiche centrali, guidate spesso dai movimenti del mercato globale, o comunque da idee educative diffuse a livello sovranazionale, incentivano le istituzioni di istruzione superiore a cambiare il proprio mix di ricerca e insegnamento da un modello in cui è centrale la consistenza disciplinare (discipline inspired) a un modello guidato dal mercato (market driven). Un esempio sono i finanziamenti che si indirizzano prevalentemente verso corsi di studio e di ricerca di impostazione tecnologica e prevalentemente orientati al networking. Il risultato è un vero e proprio cambiamento nella cultura universitaria: l'università perde in parte la propria connotazione come istituzione pubblica per trasformarsi in un'organizzazione ibrida in cui convivono caratteri del sistema pubblico e istanze del sistema privato. Infatti, l'orientamento al mercato influenza anche la vita interna delle singole istituzioni di istruzione superiore, rompendone la monoliticità e collocandovi all'interno nuove e differenziate richieste sociali: nelle università divengono sempre più frequenti consultancies e ricerca applicata, attività peraltro remunerative, in un contesto in cui sempre più le singole discipline competono tra loro per l'allocazione delle risorse». Di contro, ciò sembrerebbe essere un'apertura ad un capitalismo accademico, dato il carattere contrattuale della ricerca, le cui radici vanno ricercate nel bisogno sociale attuale, e sempre cangiante, nell'applicazione dei paradigmi scientifici necessari a comprenderlo.

I luoghi nei quali questi fenomeni si vanno sviluppando sono le città, le aree urbane contemporanee su cui si vanno scaricando gli effetti più evidenti delle trasformazioni in atto. Le città di tutto il mondo appaiono oggi investite da tre macro-processi:

- la progressiva ambiguità dei propri confini, che trasforma entità prima chiaramente circoscrivibili entro determinati confini in “terre sconfiniate”, di cui è difficile definire limiti e dimensioni;
- i fenomeni legati alla diffusione dei media e della “cultura di massa” o “creative industry”, che contribuiscono a mutazioni profonde delle forme di governo e anche della rappresentazione condivisa della realtà sociale.

In funzione del progressivo sviluppo di questi processi, le città richiedono di essere ripensate, rigenerate, trasformate, per rispondere ai cambiamenti economici, sociali, culturali emersi negli ultimi anni. Le aree industriali

dismesse necessitano di una riconversione funzionale e di una riprogettazione; l'espansione urbana cede il passo all'esigenza di trasformare e riqualificare l'esistente, verso una maggiore qualità urbana; la nuova domanda sociale si concentra sui servizi di qualità, sulla cultura e sull'intrattenimento.

3.L'Unione e le Industrie Culturali e Creative

Le Industrie Culturali e Creative (ICC) sono arte, cultura, creatività, attività produttiva, formazione, ricerca, tradizione ed innovazione. Esse costituiscono l'identità di un territorio, portatrici di un valore intrinseco unico, un potenziale economico fondamentale e sempre più rilevante alla crescita economica ed occupazionale dell'UE.

Le istituzioni europee si domandano quali sono i punti di forza del nostro continente capaci di fronteggiare le sfide del nostro tempo, essere resilienti, peculiari, connotativi, attraenti, e, allo stesso tempo, intelligenti, sostenibili ed inclusivi. Il fine è quello di poter rispondere al modello di crescita economica e sociale che l'Unione Europea tenta di perseguire nell'ambito dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Nel mezzo del cammino di questa ricerca, emerge con forza il ruolo essenziale dell'Industria Culturale, senonché il suo processo verso una definizione, legittimazione e valorizzazione dei suoi settori. Un processo incompiuto e pieno di ambiguità che è stato tuttavia facilitato dal crescente contributo che l'industria ha apportato all'Europa negli ultimi anni, in termini di crescita economica ed occupazionale, e che non può essere sottovalutato.

Come definito da *la Nuova Agenda europea per la cultura*¹, le ICC rappresentano la nuova industria dell'economia capitalista postindustriale, basti pensare che nel 2019 l'industria ha contribuito al PIL dell'UE con 4,5%, significando più di 8,5 milioni di posti di lavoro². A ciò si aggiunge l'effetto moltiplicatore, capace di ampliare il proprio valore, le proprie potenzialità e gli effetti su altre economie e filiere produttive (le cosiddette “esternalità positive”). Tale effetto, stimato essere 1,7, attiva per ogni euro prodotto dal settore culturale 1,70 in più in altri settori, in particolare in quello del turismo.

La Cultura è dunque una delle maggiori risorse dell'Europa, non più un mero vanto identitario, ma un mezzo concreto per la crescita economica e la creazione di posti di lavoro. Diviene necessario delineare la funzione eco-

nomica, sociale e politica che la Cultura ha all'interno dell'UE.

Le istituzioni europee, per implementare il processo di definizione e legittimazione, hanno provveduto a supportare finanziariamente il settore attraverso il budget Europa Creativa, il programma europeo più significativo a supporto delle ICC, approvato dal Parlamento Europeo ed adottato dal Consiglio nel 2013, entrò in vigore nel 2014, stanziando 1,46 miliardi di Euro di budget e che oggi, conseguentemente la crisi pandemica, vede un aumento che raggiunge 2.2 miliardi di Euro. Inoltre, su iniziativa di Eurostat e finanziato dalla Commissione Europea, nasce Essnet-Culture (European Statistical system network on Culture), una rete del sistema statistico europeo, che ha lo scopo di sviluppare un sistema statistico coordinato per la generazione di dati del settore culturale e creativo, nonché soddisfare le esigenze di una migliore comparabilità a livello europeo.

4. Classificazione Essnet-Culture: ICC

La classificazione elaborata dalla rete Essnet-Culture³ ha identificato le ICC in dieci macroaree (Patrimonio Culturale, Archivi, Biblioteche, Libri e Stampa, Arti Visive, Arti dello Spettacolo, Prodotti Multimediali, Architettura, Pubblicità, Artigianato) e sei funzioni (Creazione, Produzione, Distribuzione/commercio, Conservazione, Regolamentazione). Tale quadro metodologico si basa sulla classificazione NACE (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne) che ha permesso di raccogliere e monitorare i dati, step determinante l'analisi delle potenzialità economiche dell'industria.

1. Patrimonio Culturale

Il dominio culturale del Patrimonio Culturale è costituito da musei, luoghi storici e siti archeologici. Esso comprende le attività che includono la produzione, la diffusione e la conservazione del Patrimonio. Il 40% dei siti culturali mondiali UNESCO sono in Europa. L'Italia conta il numero più alto (55) in Europa di siti culturali.

Esempio: Caso Matera Capitale Europea

A partire dal 2019, dalla nomina di Matera come Capitale Europea della Cultura 2019⁴, Matera ha riscontrato miglioramenti in diversi settori:

- crescita delle ICC: +8% (dato medio nazionale +4,9%)
- Start-up innovative: 17,7%
- Tasso di occupazione passato dal 48% al 52,7% (+4%)
- Tasso di occupazione del Comparto turistico-culturale: +28%
- Valore turistico della città: +7.6%

Investimenti UE per Matera:

- 86 Milioni dal Fondo europeo di sviluppo regionale
- 12 milioni di fondi UE per interventi infrastrutturali
- 6 milioni per migliorare i trasporti regionali
- 3 milioni di euro per il restauro del Teatro Duni
- 44 milioni di incentivi agli imprenditori locali.

2. Archivi

I documenti d'archivio, pubblici o privati, sono documenti originali il cui valore è permanente poiché sono rilevanti per la storia anche se non erano destinati a scriverla. Possono essere prodotti da una persona o da un'istituzione perché necessari alla sua attività. I documenti archivistici sono in tal senso diversi dai documenti trovati nelle biblioteche. Gli archivi storici dell'UE sono gestiti dall'Istituto universitario europeo di Firenze, che ha il compito di rendere accessibili al pubblico i documenti delle istituzioni europee e quelli dei movimenti e delle personalità che si sono impegnati a favore dell'Europa.

3. Biblioteche / 4. Libri e Stampa

Le biblioteche sono spazi, fisici o digitali, che raccolgono, conservano e trasmettono documenti. Le biblioteche possono essere pubbliche, private, accademiche, specializzate e possono raccogliere testi documenti come libri e periodici tanto quanto dischi, film, videocassette, giochi, grafica ecc. Il dominio culturale di Libri e Stampa comprende le attività consistenti nella creazione, modifica, pubblicazione e distribuzione di libri, periodici, riviste e giornali, stampati o digitale.

5. Arti Visive

Il dominio delle arti visive è incentrato sulle attività di creazione, produzione e distribuzione opere di arti plastiche, fotografia e design. Per ogni ambito culturale, con le loro specifiche attività di produzione e prodotti finali (beni o servizi). Il dominio copre l'intero "Ciclo culturale" dall'atto originario di creazione fino ai processi di partecipazione e consumo.

- Nel 2017, più della metà (53,4%) di tutte le imprese culturali nell'UE-27 rientrava nella rubrica generale che comprendeva architettura, design e fotografia.

6. Arti dello spettacolo

Le arti dello spettacolo includono: musica, teatro, danza, cabaret, musical, ventriloqui, giocolieri, attori. L'arte performativa contemporanea comprende qualsiasi attività in cui vi è la presenza fisica dell'artista che funge da mezzo (mimi, pittura del corpo e simili). Spettacolo

è ogni volta che un artista, professionista o dilettante, esegue realizzazioni artistiche seguite direttamente dal pubblico. I festival sono anch'essi considerati arti dello spettacolo ma di tipo diverso, che si presenta come un evento al chiuso o all'aperto dove generalmente, ma non necessariamente si paga una tariffa per l'accesso.

- Il solo settore musicale impiega più persone dell'industria cinematografica e genera proventi annui per oltre 25 miliardi di euro.
- Persone occupate: 1,2 Milioni
- Oltre 25 miliardi di euro all'anno

Music Moves Europe Music Moves Europe (MME) è un'iniziativa della Commissione europea nata nel 2015 per sostenere il settore musicale europeo. Oggi rappresenta il sostegno principale dell'UE alla musica.

Obiettivi di MME:

- promuovere la creatività e l'innovazione
- salvaguardare e ampliare la diversità della musica europea
- aiutare il settore ad adattarsi alla digitalizzazione e a trarne vantaggio.

MME sostiene il settore musicale in quattro modi:

1. Economico (bilancio Europa creativa; Bilancio aggiuntivo di 1,5 milioni di euro nel 2018; 3 milioni di euro nel 2019)
2. Politico (consiglio UE inserisce nel nuovo piano di lavoro del Consiglio per la cultura 2019-2022)
3. Giuridico (adozione della *Direttiva sul diritto d'autore - Apr.2019*; la Commissione mira a garantire maggiori tutele legislative)
4. Dialogo (la Commissione e i rappresentanti del settore si incontrano regolarmente dal 2015 per individuare le principali sfide che il settore si trova ad affrontare)

7. Prodotti Multimediali

Il dominio audiovisivo include radio, televisione, film, video, multimedia, videogiochi e la registrazione del suono. La multimedialità è di per sé un prodotto culturale il cui status implica diversi domini culturali audiovisivi ma anche grafica e design di arti visive e pubblicità. Nel 2018 la Commissione Europea ha adottato la direttiva sul Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) che disciplina il coordinamento a livello europeo della legislazione nazionale e per aiutare gli Stati membri nell'attuazione delle nuove regole AVMSD. La Commissione ha adottato due linee guida:

1. Guidelines on Video sharing platforms (linee guida sulle piattaforme di condivisione video)
2. Guidelines on European Works (linee guida sulle

opere europee).

Si consideri che il solo settore audiovisivo impiega oltre un milione di persone nell'UE.

8. Architettura / 9. Pubblicità

Il dominio architettonico viene considerato come predominante e per questo coinvolge nelle sue attività domini che dalla Essnet-Culture framework vengono distinti (Pubblicità ed Arti Visive). La predominanza del settore è dovuta anche al ruolo fondamentale che gioca all'interno delle politiche europee le quali perseguono un approccio sostenibile che mira alla progettazione di un ambiente edificato sostenibile che è possibile solo attraverso la promozione del settore. Nel Piano di lavoro per la cultura 2019-2022 del Consiglio dell'UE, l'architettura è chiaramente un campo trasversale e dovrebbe essere promossa "come disciplina che racchiude il giusto equilibrio tra aspetti culturali, sociali, economici, ambientali e tecnici per il bene comune".

10. Artigianato

Il framework ESSnet-Culture riconosce l'importanza artistica e culturale dell'artigianato per promuovere la diversità delle tradizioni e del know-how, per incoraggiare la creazione, proteggere le economie ed il commercio locali. Inoltre, l'artigianato rappresenta un fattore determinante al rafforzamento dell'identità di un territorio contribuendo alla crescita del fenomeno turistico. L'UEAPME - European Association of Craft, Small and Medium-Sized Enterprises o SMEunited (ex UEAPME) è un gruppo ombrello per le associazioni di PMI con sede a Bruxelles, Belgio. SME united rappresenta gli interessi dell'artigianato, dei mestieri e delle PMI europee a livello dell'UE. Essi rappresentano più di 12 milioni di imprese, che danno lavoro a circa 50 milioni di persone in tutta Europa. SME united è un'unità sociale europea riconosciuta.

La natura dinamica ed interdisciplinare del settore culturale, il suo potenziale economizzante ed umanizzante, l'effetto moltiplicatore, inevitabilmente positivo, rappresenta una risorsa economica essenziale ed uno strumento efficace per affrontare le sfide del nostro tempo. Le istituzioni devono necessariamente assicurare la presenza e la priorità della Cultura nel dibattito attuale, attraverso cui definire i termini di una società futura, che nel rivalutare i suoi strumenti economici, si arma di umana resilienza, empatia, bellezza ed immaginazione, ritrovando nella sua identità, nella soluzione più semplice, quella migliore.

Bibliografia

Boix-Domènech R., Rausell-Köster P., *The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union*, Valencia, Agosto 2018.

European Commission, *Green Paper - Unlocking the potential of cultural and creative industries*, Bruxelles, Aprile 2010.

EPRS, European Parliament, Zygierewicz A., *Creative Europe Programme (2014 to 2020)*. Bruxelles, October 2018.

European Parliament, *The creative europe programme 2021, Legislative train - new boost for jobs, growth and investment*, Bruxelles, Dicembre 2019.

European Union Open Method of Coordination (OMC), Expert Group on Cultural and Creative Industries, *European agenda for culture work plan for culture 2011-2014*, Bruxelles, Dicembre 2010

Note di chiusura

¹ European Union Open Method of Coordination (OMC), Expert Group on Cultural and Creative Industries, *European agenda for culture work plan for culture 2011-2014*. Bruxelles, Novembre 2010.

² Symbola, *Io sono Cultura 2019 - I Quaderni di Symbola*. Roma, Giugno 2019.

³ European Commission, Eurostat, European Statistical System Network on Culture, *EssNet-Culture Final Report*. Bruxelles, Maggio 2012.

⁴ Fondazione Matera Basilicata, *A Matera si produce Cultura, 2019. Report di Monitoraggio di Matera Capitale della Cultura Europea*. Matera, Marzo 2019