

LA CULTURA

opportunità e progetto per lo sviluppo dell'economia ascolana.

Ormai non hanno ragione di essere quei preconcetti che confinano la cultura in una dimensione di irrilevanza dal punto di vista delle strategie di crescita economica e sociale. Essa è la sostanza della progettualità e deve avere la funzione di attivatore sociale, di attrazione del pensiero e, come tale, non le può essere attribuita una funzione meramente "ricreativa". Serve, infatti, per riavviare lo sviluppo e coniugarlo con la sostenibilità, difendersi dall'omologazione, creare un indotto immediato, contrapporsi alla stasi e all'impoverimento, stimolare la competitività anche a livello locale. Per questo penso che vada rinnovato il sistema di offerta culturale nella nostra città, nella consapevolezza che, al di là della fruttuosità economica della cultura, il suo vero rendimento è l'investimento immateriale. Non a caso, è una risorsa preziosa contro la violenza, la frammentazione sociale, il culto dell'apparire; è utile a rendere la comunità luogo di accoglienza, coesione e civiltà. Grazie ad essa ci riappropriamo del presente, recuperiamo la nostra memoria e il fattore umano, rilanciamo lo spirito critico e la riflessione seria sull'educazione e formazione dei cittadini e, soprattutto, dei giovani, cui peraltro dobbiamo offrire un più saldo riparo alla precarietà. In tempo di crisi, poi, i fattori immateriali diventano una parte fondamentale del welfare, ridando centralità al "fare", coniugando capacità progettuale e produttiva, riavvicinando i cittadini al tessuto urbano, alla sua storia, alle sue bellezze, alle sue espressioni artistiche come fonte di conoscenza. Dobbiamo prendere le distanze dall'"immagine di intrattenimento stile Disneyland" come ha osservato Roberto Grossi, Presidente di Federculture, e adoperarsi a creare servizi educativi, laboratori d'arte e sperimentazione, banche dati, se veramente vogliamo che la cultura possa tracciare una nuova linea di sviluppo. Purtroppo, non vedo un disegno generale di sviluppo locale, né uno slancio verso il futuro. Poco o nulla si fa per stimolare adeguatamente la domanda dei cittadini e rendere possibili nuove imprese, gestite soprattutto da giovani, legate alla creatività, così come per migliorare il sistema gestionale e promozionale e creare un sistema territoriale che eviti la sovrapposizione delle attività e superi la frammentazione. Mancano una visione chiara e globale del territorio e un coordinamento delle risorse, degli investimenti, specie in un momento di grave situazione economico-finanziaria. In particolare, le notti bianche, "immacolate", l'evento fino a se stesso vanno superati in favore di una cultura strettamente collegata ai quartieri, ai musei (che cercano di salvare l'arte del passato ed

anche quella del presente), al teatro, alle biblioteche, alla quotidianità urbana e, nello stesso tempo, a una dimensione indirizzata, come già accennato, alla formazione e alla qualità. Si punta soprattutto su un "fare" incapace di creare valore, sull'intrattenimento occasionale, sul passatempo più o meno colto, sulla quantità delle iniziative. Invece sono essenziali l'incentivazione di nuove produzioni, di idee traducibili in valori innovativi e tali da integrarsi nel patrimonio esistente, al fine di vivificarlo ancora di più. Occorrerebbe pensare all'apertura di botteghe di qualità, di spazi di animazione culturale, di contesti di esperienza stimolanti e attrattivi; all'incoraggiamento della micro-imprenditorialità locale, legata alla qualità del territorio, nonché al recupero del senso più profondo e vero della nostra identità. Insisto sulla necessità di creare un humus culturale, di far propria "una concezione proattiva della cultura" (Pier Luigi Sacco, Ordinario di Economia della Cultura) basata appunto su iniziative e attività capaci di agire sul bilancio cognitivo, di migliorare le relazioni umane e favorire lo sviluppo civile di chi vi partecipa. In tal modo si potranno meglio comprendere e godere proficuamente il concerto, la mostra, lo spettacolo dal vivo. Inoltre, proprio attraverso un costante, meticoloso lavoro di formazione si potranno creare le condizioni per un vero turismo di qualità. Il turismo cioè in grado di risvegliare la curiosità e consentire al turista, mescolandosi con i residenti, di vivere con intensità e consapevolezza l'esperienza di visita. Ben altra cosa è invece il turismo "mordi e fuggi", che magari permette grandi flussi ma resta pur sempre di basso profilo. Esso considera il pubblico esclusivamente come target di consumo e rende la città d'arte come "fondale per foto ricordo e finto colore locale".

Antonio D'Isidoro

con il contributo di
FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ASCOLI PICENO

flash
Enciclopedia Picena

Abbiamo messo in rete gli angoli più nascosti del piceno e della nostra comunità, i segreti più intimi della cultura, dell'arte, delle tradizioni e della nostra storia.

www.EnciclopediaPicena.it

200.000 informazioni e 30.000 immagini a portata di click