



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 46 Anno 2021

Iscrizione al Tribunale della Stampa di Roma n. 344 del 05/08/2010

16^a Edizione

RAVELLO International Forum
Colloqui Internazionali
LAB 2021

NUMERO SPECIALE

Atti XVI edizione Ravello Lab

CULTURA È FUTURO

- *Paesaggio culturale e aree interne*
- *L'impresa socio-culturale*

Ravello 14/16 ottobre 2021



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione

Alfonso Andria	
Ravello Lab si conferma suggeritore di politiche per la Cultura	8
Alberto Bonisoli	
L'economia della cultura ha bisogno di una pubblica amministrazione efficiente	12
Andrea Cancellato	
Ravello Lab 2021, una discussione aperta	14

Programma 16

Contributi

Giampaolo D'Andrea	
Coinvolgere oggi per non rinunciare al futuro	20
Valeria Fascione	
Il Sistema "Cultura Campana": innovazione, digitalizzazione, creatività	24
Amedeo Lepore	
Cultura ed economia nell'epoca della transizione	30

Panel 1: Paesaggio Culturale e Aree Interne

Fabio Pollice	
L'esigenza di una pianificazione territoriale della cultura	36
Maria Grazia Bellisario	
Questioni territoriali: criticità e opportunità del post-COVID	44
Loredana Capone	
Il PNRR e le comunità	52
Giuseppe Di Vietri	
I paesaggi culturali italiani UNESCO nella WHL e il modello organizzativo del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni	54
Pietro Graziani	
Aree interne e piccoli Comuni	60
Salvatore Claudio La Rocca	
<i>Culture for growth</i>	64
Francesco Mannino	
Sviluppo locale coesivo a base culturale: un esperimento nelle aree interne catanesi	74
Carla Maurano	
Aree interne e paesaggi culturali pastorali	80
Rosanna Mazzia	
I Borghi Autentici d'Italia	88
Stefania Monteverde	
Progettazione di comunità per un futuro sostenibile. Da cratere sismico a Riserva UNESCO della biosfera	90
Patrizia Nardi	
Borghi italiani e "comunità di borgo". Alcune riflessioni	98

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Vincenzo Pascale	
Le aree interne, occasione per incentivare il turismo culturale e sportivo d'oltreoceano	106
Rossano Pazzagli	
Il valore trasformativo della cultura per la rinascita delle aree fragili italiane	108
Mariassunta Peci	
La Convenzione UNESCO per la Protezione del Patrimonio Mondiale: pianificazione complessa e strategie per la tutela e valorizzazione dei Paesaggi Culturali	116
Giovanni Pescatori	
Le imprese della cultura dalla crisi pandemica alla resilienza	120
Davide Ponzini	
Introduzione alla "Carta per i grandi eventi nelle città ricche di patrimonio culturale"	126
Giovanni Teneggi	
Cultura e sviluppo territoriale. Parole. Echi e rimbombi	130
Giulia Urso, Benedetta Giordano	
Paesaggio e cultura nelle strategie delle aree pilota della Strategia Nazionale per le Aree Interne	134

Panel 2: L'impresa socio-culturale

Francesca Bazoli, Stefano Karadjov	
La fondazione di partecipazione. Uno strumento di <i>governance</i> per la gestione del bene culturale in cui il settore privato coopera con il pubblico per creare impatto sociale. Il caso della Fondazione Brescia Musei	140
Antonello Grimaldi	
Imprese culturali e sociali, l'importanza della rete per la ripartenza delle comunità	146
Daniela Savy	
L'impresa socio-culturale	150
Felice Scalvini	
L'impresa sociale culturale: una nuova stagione	152
Elena Sinibaldi	
Socio-cultura ed economia creativa	156

Appendice

Gli altri partecipanti ai tavoli	163
Premio Patrimonio Viventi 2021: i vincitori	180

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

comunicazione@alfonsoandria.org

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sclarocca@alice.it

Comitato di redazione

Claude Albore Livadie Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

alborelivadie@libero.it

Jean-Paul Morel Archeologia, storia, cultura

moreljp77@gmail.com

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale
Beni librari,
documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore

"Cultura come fattore di sviluppo"

francescocaruso@hotmail.it

Piero Pierotti Territorio storico,
ambiente, paesaggio

pieropierotti.pisa@gmail.com

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore
"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

dieterrichter@uni-bremen.de

Informatica e beni culturali

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione
del patrimonio culturale

matilderomito@gmail.com

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo
sul turismo culturale

adamendola@unisa.it

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Velia Di Riso

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

*Per consultare i numeri
precedenti e i titoli delle
pubblicazioni del CUEBC:
www.univeur.org - sezione
Mission*

*Per commentare
gli articoli:
univeur@univeur.org*

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

Tel. +39 089 857669 - 089 858195 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org

Main Sponsor:  **Fondazione
Ravello**
Villa Rufolo | Festival

ISSN 2280-9376

Socio-cultura ed economia creativa

Elena Sinibaldi

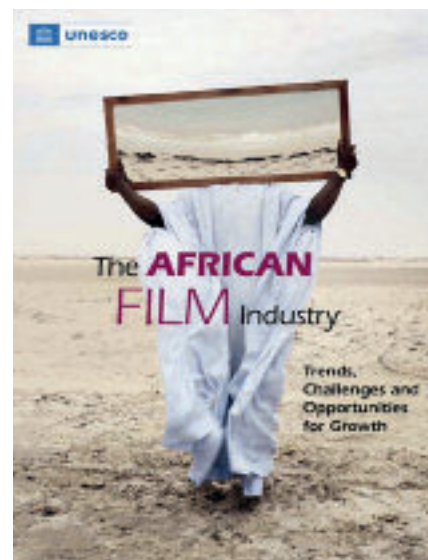
Parlare di impresa socio-culturale comporta, oggi, ripercorrere e attraversare evoluzioni e prerogative del processo continuo creativo dei singoli individui e della comunità che dà vita alle molteplici forme, attività, beni e servizi culturali volti alla pubblica fruizione e accessibilità. Riconoscere il ruolo della Cultura come strumento per concorrere attivamente alle politiche di impatto sociale ed economico, non prescinde l'importanza di garantire la libera espressione artistica e la partecipazione attiva della società civile nelle strutture della governance culturale. Coerentemente con gli indirizzi delle politiche internazionali attualmente affrontati e dibattuti, i sistemi economici sociali come quelli creativi, assumono sempre più una dimensione strategica per raggiungere gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Patrimonio e Contenuti culturali, mobilità, impiego etico della tecnologia, rappresentano alcuni dei criteri applicativi che possono contraddistinguere ambienti di conoscenza e di scambio solidale tra Paesi e Popoli, e contribuire alla più generale visione coesiva della società e di inclusione delle nuove generazioni. L'impresa socio-culturale può dunque rappresentare una opportunità per ripensare le PMI nel rapporto locale-globale e nel rispetto della diversità culturale.

Un percorso storico e procedurale lega i contenuti e gli sforzi programmati della comunità internazionale nell'adozione delle rispettive direttive applicate sia al patrimonio culturale immateriale che alla diversità culturale. Rispettivamente con l'adozione delle Convenzioni UNESCO per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale (2003) e per la Protezione e Promozione della Diversità delle Espressioni culturali (2005); le accezioni di "tradizione" e "creatività" emergono come componenti della dimensione sociale e collettiva ad impatto economico. Se la Convenzione UNESCO 2003 integra il riconoscimento di patrimonio culturale con i valori identitari ereditati storicamente e informalmente all'interno delle comunità, è altresì rilevante comprenderne la contestualizzazione contemporanea di processi che coinvolgono il "culturale" e le proprie forme di rigenerazione, produzione, digitalizzazione e comunicazione che assicurino molteplici attività, beni e servizi volti alla pubblica fruizione e accessibilità. La Dichiarazione del Consiglio d'Europa del 2000 e la Dichiarazione universale UNESCO sulla Diversità Culturale, del 2001, anticipano quella concezione di creatività applicata alle politiche culturali che nella Convenzione Unesco del 2005 si fa più esplicita anche in merito al rapporto tra ambito civile e settore privato, e che guarda ad una nuova e

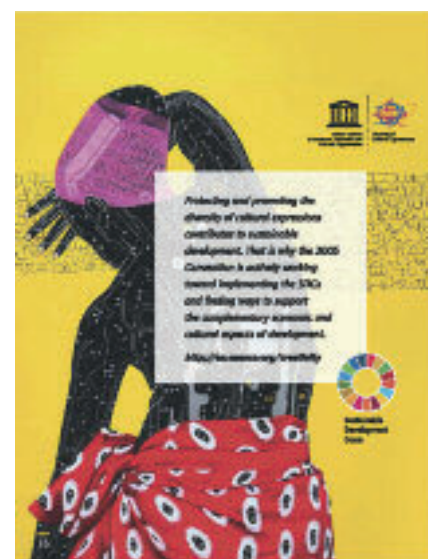


Éditeur Katérina Stenou, Directrice
Division des politiques culturelles
et du dialogue interculturel
UNESCO. Graphisme et
couverture: Michel BouvetGilbert
Bornat © UNESCO 2003.

rinnovata industria della cultura. Se dapprima si riconosce l'esigenza di concorrere a creare contesti sociali favorevoli alla libertà di espressione artistica individuale e collettiva, dall'altro si perseguono obiettivi che vogliono favorire scambio, conoscenza tra culture e flussi di mobilità globalmente più bilanciati, incoraggiando, in taluni casi, anche modalità di "trattamento preferenziale" con i Paesi in via di sviluppo. Di particolare significazione, risulta l'importanza attribuita da UNESCO alla "natura distintiva dei prodotti, servizi e attività culturali come veicolo di identità, valori e significati", e dunque non attribuendo loro un valore semplicemente economico e di consumo, piuttosto, invece, denso di attribuzioni simboliche, identitarie ed artistiche. Esemplicativo della "sintesi culturale" che si predispone alla mediazione internazionale integrando aspetti immateriali, creativi, vitali ed estetici è il caso del consumo di video filmati nella Terra d'Arnhem nordorientale come suggerito dalla studiosa Jennifer Deger (2013): *"questi scambi non sono solo simbolici di cultura al livello di rappresentazione, ma debbono essere analizzati anche come una politica del presenziare che articolando la rinuncia e l'appropriazione, il rivelare e il vedere, il dare e il ricevere stabiliscono una relazione reciproca di rispetto e riconoscimento"*. Parlare di impresa socio-culturale, oggi giorno, ci consente di affrontare complessità ed opportunità che tengono in considerazione aspetti peculiari ed imprescindibili della società contemporanea: la agency partecipativa e multi-stakeholders delle "comunità culturali" (che può includere artisti, professionisti culturali, esperti, detentori e praticanti del patrimonio, cittadini etc...), l'identificazione di contenuti culturali, il raggio di impatto sociale ed il sistema comunicativo target. A ciò si unisce il processo di ri-codificazione in atto che connette il locale con il globale, frequentemente mediata dalle rappresentazioni digitali e tecnologiche. Coerentemente con gli indirizzi delle politiche internazionali, affrontati e dibattuti nei consessi attuali, i sistemi economici sociali, come quelli creativi, assumono sempre più una dimensione strategica per raggiungere gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Patrimonio e contenuti culturali, mobilità, impiego etico della tecnologia, sono solo alcuni dei criteri applicativi che possono contraddistinguere gli ambienti della conoscenza e del dialogo tra Paesi e popoli, e contribuire alla più generale visione coesiva intergenerazionale e della società in generale. Coerentemente a tali sfide, vale il riconoscimento del ruolo della "cultura" e della "cultural de-



© Dawit L. Petros, *Untitled (Prologue III)*, Nouakchott, Mauritania – Courtesy of the artist and Tiwani Contemporary. Graphic design & cover design: Corinne Hayworth. Printed by UNESCO.



Investing in Creativity. Published in 2018 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) Culture Sector. Graphic design and cover design: Corinne Hayworth © Eddy Ilunga Kamuanga, Circuit Board Paintings.



mocracy” come chiavi per le politiche attive socio-economiche e strutture di *governance* partecipata secondo un *nexum* interpersonale che lega la produzione di “beni” alle “persone”, possibile attraverso modalità più collaborative ed innovative tra ricerca, istituzione e strutture partenariali anche privatistiche, direttamente o indirettamente legate ai circuiti di micro-media o macro organizzazione delle industrie culturali e creative. Dall’esercizio del rapporto quadriennale periodico, elaborato dagli Stati parte della Convenzione UNESCO del 2005, si rileva, ad esempio, che allo scopo di rafforzare i processi partecipativi di politica culturale ed il dialogo tra artisti e professionisti culturali, in Laos, sia stato allestito un hub fisico e virtuale con il supporto di una organizzazione partner: l’hub online presenta notizie e informazioni rilevanti, mentre l’hub fisico, situato a Vientiane, favorisce collaborazioni e opportunità di apprendimento. Contigua a tale approccio, appare l’analisi di Jeremy Rifkin (2014) secondo cui nell’organizzazione e configurazione della società, assumerà sempre più consistenza un nuovo paradigma e modello emblematico della vita economica “il commons collaborativo”, caratterizzato dalla gestazione e progressiva affermazione di una economia più empatica e sostenibile, tale da coinvolgere attraverso networks globali, individui e soggetti diversi; una società in cui la libertà di accesso ai beni prevarrà sulla proprietà privata, la cooperazione sposterà la concorrenza e il “valore della condivisione” sostituirà il “valore di scambio”. Del resto lo stesso Joseph

Shumpeter (1911), economista e sociologo, fu il primo a distinguere chiaramente i termini di *crescita* (da intendersi come fenomeno graduale, fatto di continui aggiustamenti) e *sviluppo* (da intendersi come un fenomeno discontinuo e caratterizzato dall'introduzione di nuove combinazioni, che possono riguardare cinque dimensioni: creazione di prodotti; introduzione di metodi di produzione; apertura di mercati; scoperta di fonti di approvvigionamento di materie prime o semilavorati; riorganizzazione di un'industria), restituendo una visione moderna attraverso cui ripensare il concetto di "*innovazione come costruzione sociale*": ovvero, l'innovazione come strettamente connessa ai contesti sociali in cui operano imprenditori e aziende. Tale approccio nasce dalla considerazione che nelle condizioni di funzionamento dell'economia contemporanea, la dimensione sociale e relazionale tende a diventare ancor più importante rispetto a quella più strettamente aziendale, e con essa aumenta anche il radicamento locale dei processi innovativi. Anche per la cultura, la dimensione relazionale diventa un fattore fondamentale e strategico per la scoperta e l'innovazione a partire dalle reti di relazioni formali e informali di cui la stessa si compone. Pertanto, le funzionalità coesive garantite dalla cultura e dalla promozione della sua diversità, richiamano fortemente la reciprocità dell'essere nell'essere e nel fare "comunità", che, spesso nella caratterizzazione delle imprese socio-culturali di matrice prevalentemente occidentale, connotano atteggiamenti e pratiche di *volontariato* e *solidarietà*. L'equa distribuzione delle risorse culturali, come anche la loro accessibilità, trasmissione e creazione, appaiono pertanto come una condizione necessaria e strategica per una politica che intenda assicurare e mantenere, una reciprocità bilanciata positiva (Marshall Sahlins, 1972), il rispetto degli individui, dei popoli e delle comunità culturali che si creano a partire dagli intenti comuni di praticare percorsi di valorizzazione e promozione. Obiettivi qualitativi e quantitativi degli *UNESCO Culture 2030 indicators*, intendono infatti sollecitare l'attuazione di politiche volte a generare "*benefici diretti, indiretti e sociali*", integrando perciò una duplice direzionalità, sia territorializzata che estensiva. L'applicabilità e la possibilità di progettare un sistema culturale aggiornato, mutuano quelle riflessioni di lungo corso che, già a partire dalla seconda guerra mondiale, si sono evolute in coincidenza con la fase epocale internazionalistica: lo stesso John Maynard Keynes (1936) proponeva in alternativa alle logiche strumentali della politica globale e dei



Cover © Thomas Lin & Lin Ting Tai /
CC BY-NC 2.0 in
https://en.unesco.org/sites/default/files/creative_economy2021-unesco-roadmapen-ok2.pdf.

paradigmi dello scambio, instaurando, anche tramite il dono, una spirale di generosità che potesse porre al centro di ogni transizione, la libertà e l'autonomia, contrastando squilibri e assenza di regole condivise per la gestione del "debito" e, di conseguenza, delle disuguaglianze sociali. Ad oggi, proprio l'ambito culturale risulta essere sempre più un driver al centro della politica di sviluppo, costituendo un investimento essenziale per il futuro del mondo e una condizione preliminare per processi di globalizzazione che favoriscono il pluralismo culturale e nuove modalità di partenariato pubblico-privato. Nel 2019, durante la 74a sessione dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite, il 2021 è stato dichiarato *Anno internazionale dell'economia creativa per lo sviluppo sostenibile*. Le stime globali hanno rilevato che le industrie creative e culturali (CCIs) contribuiscono con 2.250 miliardi di dollari all'economia globale (3% del PIL) e rappresentano 29,5 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo (<https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme/2021-year-of-the-creative-economy>). La cultura si pone, perciò, anche a fronte degli impatti della crisi pandemica, come uno strumento strategico per la programmazione dei piani di resilienza e post-crisi. Secondo le analisi aggiornate UNESCO (<https://en.unesco.org/creativity/publications/cultural-creative-industries-face-covid-19>), la pandemia ha influito notevolmente nelle "industrie culturali e creative che dipendono maggiormente dalle esperienze fisiche in luoghi e siti" e le maggiori perdite assolute sono state osservate nelle megalopoli e in altri grandi centri urbani, dove queste industrie sono fortemente concentrate. Ciò ha comportato, altresì, un innalzamento della disoccupazione rispetto ad altre categorie di lavoratori.

Prima dello scenario di crisi da COVID-19, l'economia creativa globale stava crescendo rapidamente in alcune regioni. Un dato e presupposto rispetto a cui l'UNCTAD-*United Nation Conference on Trade and Development*, sollecita a maggiori investimenti, attribuendo alle "CCIs" un potenziale multidimensionale e la capacità di rispondere ad esigenze sociali, culturali, economiche ed innovative e che includono peraltro una varietà di settori (pubblicità, architettura, arti e mestieri, design, moda, film, video, fotografia, musica, arti dello spettacolo, editoria, ricerca e sviluppo, software, giochi per computer, editoria elettronica e TV/radio). L'impresa socio-culturale può dunque rappresentare una opportunità per ripensare un sistema maggiormente formato e programmatico

tra ambiti di cooperazione e di commercializzazione nei quali assume un valore formativo non trascurabile la “*global capacity-building strategy*” che non da ultimo intende sensibilizzare ai contenuti connessi “alla parità di genere” e all’inclusione dei “giovani”. Stimolare e sensibilizzare, promuovendo i valori ed i sistemi di promozione del patrimonio culturale e della diversità, è riconoscere e contribuire, in maniera generalizzata, alle politiche positive di sostenibilità che richiedono responsabilità collettiva. In linea con questo indirizzo, anche l’UNESCO invita gli Stati Parte ad adottare misure e partenariati strategici evidenziando ancor più la necessità di tenere in considerazione la trasformazione digitale in corso, rispetto a cui risulta ancor più fondamentale lo sviluppo di sinergie concrete tra istruzione, scienza, ambienti educativi e cultura.

Elena Sinibaldi

Laureata in Lettere presso l’Università “La Sapienza”. Ha conseguito il Diploma di Specializzazione in “Beni demotnoantropologici” e un Dottorato di Ricerca (SAR, XXXI Ciclo) in “Antropologia” presso “La Sapienza” di Roma. È vincitrice di concorso pubblico nazionale per funzionari demotnoantropologi (già MIBACT) e nei ruoli ministeriali opera presso il Servizio II- Ufficio UNESCO del Segretariato Generale del Ministero della Cultura come Focal/Contact Point Nazionale per le Convenzioni UNESCO per la salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale (2003) e per la Protezione e Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali (2005) per la quale è stata coordinatore del III Rapporto Periodico Nazionale per l’implementazione dei settori delle industrie culturali e creative. Tra le attività svolte, è inoltre referente coordinatore di numerosi riconoscimenti nazionali e multinazionali UNESCO degli elementi del Patrimonio Culturale Immateriale, per i quali è stata insignita anche del “Premio Rosetta 2021”.