

INTERSEZIONI SOCIOLOGICHE SULLO SVILUPPO LOCALE

a cura di
Roberto Veraldi



**EDIZIONI
UNIVERSITARIE
ROMANE**

ROBERTO VERALDI ¹¹⁶

Dal consumo di Cinema, come rappresentazione sociale, alla costruzione della valorizzazione del Territorio: spunti per una riflessione¹¹⁷

Abstract

L'intento di questo breve scritto è quello di mettere in connessione come le relazioni sociali vanno a determinare nuove forme di costruzione complessa di società dove l'ambito *rurale* deve essere considerato come l'arena sociale dove diviene possibile un meticciamiento tra attività economiche diverse (ad esempio il Cinema, come industria culturale), ma anche il luogo dove si realizzano scambi relazionali organizzati diversamente, accanto a prassi di sviluppo che trovano, nella contingenza del territorio, un momento di crescita e di sviluppo attraverso una valorizzazione delle risorse locali che può avere anche delle ovvie implicazioni etiche e *linguistiche* che, come nella definizione che si dà della stessa Comunità Europea del 1997, riprendono concetti fisici, sociali e culturali che sono controparte dell' *urbano* .

L'insieme di produttori, distributori, industrie ed esercenti del mondo cinematografico genera ricavi per 4 miliardi di euro, grazie alle oltre 2 mila aziende attive nel settore, di cui il 97% ha un fatturato inferiore a 10 milioni. Produttori e distributori apportano al settore un'elevata produttività, mentre è il settore delle sale cinematografiche a soffrire di più, colpa della forte concorrenza della tv e dei servizi in streaming. I dati vengono dal primo Industry book di Unicredit, studio che è stato presentato il 23 settembre a Roma al Forum delle economie organizzato dal gruppo di servizi bancari e finanziari e da Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche e audiovisive e multimediali) e dedicato al tema «Il cinema è cultura, industria, ricerca» (Redazione economia, 2019).

¹¹⁶ Docente universitario, Sociologo, Dipartimento di Economia Aziendale, Università Gabriele d'Annunzio di Chieti-Pescara (Ud'A).

¹¹⁷ Parte di questo saggio, in questa sede ampiamente rivisto e ampliato, è stato presentato alla conferenza internazionale svolta nel 2015 presso l'Istituto Internazionale Ivo Andric di Andricgrad. Evento organizzato e promosso dall'Università di Belgrado.

Il termine cultura, applicato anche all'industria cinematografica, può essere inteso per rappresentare una costruzione mentale caratterizzante una intera società ed è data dall'interscambio tra attori sociali dotati di senso che costruiscono la loro rappresentazione sociale mediante forme culturali condivise. Proprio per questo, anche la filmografia rappresenta una costruzione di società e una rappresentazione di momenti reali o immaginifici che esprimono il concetto più vasto di "portato culturale". La forza che ha questo tipo di costruzione sociale si riscontra nella possibilità di creare generi letterari (qui intesi come generi narrativi e, pertanto, che si prestano al racconto per immagini) che, nel caso che ho interesse ad analizzare, è dato da quello che è riconosciuto nel mondo come l'epopea dello spaghetti-western (il western all'italiana) che ha visto, in Abruzzo, un luogo deputato alle riprese di film (non solo western), di successo internazionale.

E se le immagini evocative della ferrovia, quale *ideal-tipo weberiano* che evoca idee di progresso e di percorso compiuto dalla società in quell'arena sociale secondo Pierre Bourdier, possono in qualche modo portare ad immaginare uno spaccato di mondo sociale in fermento, ben rappresentano le emozioni che si ritrovano nelle azioni empatiche di chi guarda la società con osservazione partecipante e che riempiono le pagine di generi letterari vari. Il treno, la ferrovia, la strada ferrata, sono rappresentazioni della società che, attraverso il genere letterario, trasforma il suo percorso in un progresso per immagini.

Innanzitutto è importante considerare il film come un prodotto dell'industria cinematografica: il film viene realizzato perché qualcuno (un produttore) investe dei soldi per ricavarne tanti di più. Al fine di rendere meno costosa la realizzazione di un film, tutto il lavoro è organizzato in maniera industriale: compiti suddivisi tra diverse persone (il regista, gli attori, gli operai, gli artigiani, i tecnici, etc.), uso di numerose macchine sofisticate in stabilimenti di produzione appositi, il prodotto finale (il film) riproducibile nel numero di copie che si vuole.

Esistono anche dei film non pensati come investimento economico, ma il loro numero è limitato.

Come afferma Andrea Biondi (A. Biondi, 2019), in Italia la filiera cinematografica (produttori, distributori, industrie tecniche, esercenti, produttori di apparecchi cinematografici) genera un giro d'affari di circa 4 miliardi di euro e vede attive oltre 2.000 aziende, in prevalenza di piccole dimensioni (il 97% delle imprese è sotto i 10 milioni di fatturato). È quanto sottolinea il primo studio di UniCredit sul settore, presentato a Roma nel corso del Forum economie organizzato dalla banca e Anica e dedicato al tema "Il Cinema è Cultura, Industria, Ricerca". A dominare il business cinematografico sono player di dimensione globale, e i giganti dell'on demand - Netflix e Amazon Prime su tutti - la stanno facendo da padrone e hanno cambiato le regole del gioco. Dal canto loro però le imprese italiane, stando ai numeri riferiti dallo studio, hanno dimostrato di saper garantire una dinamica positiva del fatturato (crescita dei ricavi compresa tra il 3% e il 6% medio annuo tra il 2013 e il 2017), un'elevata redditività lungo la

filiera (i produttori e i distributori cinematografici presentano un ebitda margin rispettivamente dell'11% e del 43% nel 2017) e anche metriche creditizie solide (oltre il 60% delle aziende si colloca a livello di investment grade).

Nell'anno 2019 al box office italiano si sono incassati € 635.449.774 per un numero di presenze in sala pari a 97.586.858. Rispetto al 2018 si è registrata una crescita degli incassi del 14,35% e un aumento delle presenze del 13,55%. In rapporto al 2017 la crescita degli incassi e delle presenze è stata invece rispettivamente pari all' 8,70% e al 5,77%. Più in generale, in termini di incasso si tratta del 5° risultato sia dal 2010 (di pochissimo inferiore al 2015; -0,24%) che in assoluto, sempre in termini di incassi, dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. In termini di presenze è invece il 5° dal 2010 e il 9° dal 1995.

È cresciuto rispetto allo scorso anno il box office della produzione italiana (incluse le co-produzioni) che nel 2019 ha registrato un incasso di 134.8 milioni di € (127.9mln di € nel 2018; +5,39%) per una quota sul totale del 21,22% (nel 2018 era del 23,03%). Il numero di presenze della produzione italiana (incluse le co-produzioni) è invece aumentato del 5,56% (21mln nel 2019 rispetto ai 19.9mln del 2018) per una quota sul totale del 21,56%. È aumentata anche la quota del cinema statunitense con un risultato sul totale del 65,16% (era del 55,57% nel 2018) per un incasso di circa 414 milioni di € (308.8 milioni nel 2018; +34,08%).

Nel 2019 sono stati distribuiti in sala 495 nuovi film di prima programmazione (-34 rispetto al 2018) di cui 193 di produzione o co-produzione italiana (-18 rispetto al 2018). Oltre ai film di nuova uscita, sono stati distribuiti in sala anche 85 nuovi contenuti complementari (eventi, edizioni speciali, riedizioni; +7 rispetto al 2018). Aumenta, grazie al maggior numero di titoli con risultati superiori ai 4mln di €, l'incasso medio dei titoli italiani (€ 611.858; +22,01%).

Rispetto all'incasso suddiviso per mesi, il 2019 ha vinto il confronto sul 2018 per 9 mesi consecutivi su 12, da aprile sino a dicembre. I saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108,90%) e agosto (+45,91%) e ad aprile (+41,15%). Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel. Particolarmente brillante anche il risultato del mese di dicembre (+13,76% rispetto al 2018), il migliore dell'ultimo decennio e il 3° in assoluto del periodo, grazie anche alla performance complessiva del cinema di produzione nazionale.

Il film, quindi, è un prodotto dell'industria come anche i dadi da brodo, le automobili, i vestiti, gli elettrodomestici ecc. Più precisamente il film viene collocato accanto ai libri, ai programmi televisivi, ai dischi, ai giornali, costituendo "l'industria culturale", cioè quell'insieme di prodotti industriali che si occupano di comunicazione di massa e che contribuiscono alla creazione e alla trasmissione della cultura.

Quando diciamo "cultura" non vogliamo dire solo "le conoscenze letterarie, scientifiche, tecniche di un popolo", ma soprattutto "l'insieme di comportamenti, tradizioni, procedimenti trasmessi e usati normalmente da un gruppo sociale o da un popolo o da tutta l'umanità".

Per cui è cultura tutta l'opera di Dante Alighieri o di Ludwig van Beethoven, ma lo è altrettanto il modo di vestirsi di alcuni gruppi giovanili (punk, metallari, etc.) o i consumi alimentari degli italiani contemporanei. Naturalmente occorre saper distinguere tra i diversi fatti culturali (l'opera d'arte e il comportamento di un gruppo sociale) e assegnare ad ognuno il loro valore.

Il cinema, come gli altri prodotti dell'industria culturale, è un generatore e un diffusore di fatti culturali sia come comportamenti, sia come opere d'arte. Innumerevoli sono gli esempi di modi di dire e di fare propagandati dal cinema e divenuti popolari: pensiamo al modo di parlare "alla Fantozzi" o alla barba lunga di 5/6 giorni come il Mickey Rourke di "Nove settimane e mezzo". Altrettanto numerosi sono gli esempi di film ritenuti unanimemente opere d'arte: i film di Chaplin, di Welles, di Fellini, (e ne cito solo alcuni).

Il film, quindi, è un potente mezzo di comunicazione di massa perché si rivolge contemporaneamente a tante persone in tutto il mondo, capace di influenzare, di stimolare, di divertire, di annoiare.

La diffusione raggiunta nel tempo dal cinema è grande e spesso si è tentato, con i film, di condizionare il modo di pensare delle persone o di non farle pensare affatto.

Infatti, migliaia di film hanno avuto successo proprio come spettacolo di "evasione", cioè la possibilità per un pubblico popolare di sognare ad occhi aperti mondi di lusso, irreali, in cui tutto può avvenire con un pizzico di fortuna, in cui il lieto fine mette l'animo in pace, illudendo che alla fine i problemi si sistemeranno sicuramente.

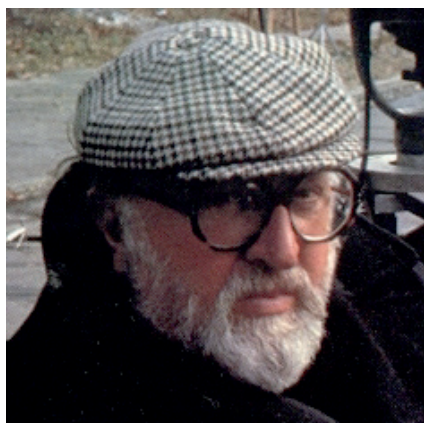
Un film nasce in un modo del tutto diverso da qualsiasi altra opera dell'ingegno umano.

Può succedere che un artista dipinga un quadro o componga una melodia che non siano affatto compresi dai suoi contemporanei, ma che forse saranno capiti dalle generazioni successive; questo artista può creare e poi nascondere i suoi sogni nel cassetto senza difficoltà, l'artista può controllare i mezzi di produzione della sua opera: bastano una matita e un foglio o un pennello e dei colori, o un pentagramma.

Nel caso del cinema, invece, questo è impossibile: il film, come prodotto industriale e merce di consumo, è una creazione collettiva troppo costosa per essere tenuto in un cassetto senza cercare di sfruttarlo commercialmente. Inoltre, la necessità di presentarlo a un pubblico e di farglielo piacere, rende più difficili i tentativi di fare film particolari, innovativi dei gusti comuni.

In un momento in cui, in Italia, si registra la fine dello slancio del boom economico (siamo alla fine del 1964), le tensioni sociali ricominciano ad esplodere all'interno e all'esterno del Paese, pericoli di nuovi impoverimenti socio-economici possano riesplodere con grande impatto visivo nasce, una risposta ai mali e ai vizi della società di riferimento (l'Italia), nasce un nuovo genere cinematografico che è insieme un nuovo genere letterario: quello del western all'italiana (poi, spaghetti-western), che diventa una rappresentazione nostrana della società.

I primordi del genere si possono ritrovare nel celebre film *Per un pugno di dollari*, di Sergio Leone (che lo dirigerà con uno pseudonimo ... americano: Bob Robertson).



Si deve ricordare che il cinema italiano (così come quello spagnolo), prima dell'avvento degli spaghetti-western versava in una crisi profonda. Il cinema, però, è estro, è magia, è un qualcosa di distorto (usando le parole di Matteo Mancini) dalla realtà; di certo non è una mera rappresentazione dell'epoca. Da questa rappresentazione rivisitata, deriva una libertà assoluta di travalicare anche il genere per creare, appunto, un nuovo genere capace di smuovere dalle sabbie mobili l'imprenditoria cinematografica arrivando a creare un "movimento" rivoluzionario che farà scuola a livello internazionale.

Sarà proprio grazie al western-all'italiana che la crisi cinematografica degli anni sessanta sarà un ricordo, se il cinema d'autore potrà sopravvivere. Così, parimenti, le realtà locali che comprendono subito l'importanza di dare alla cinematografia di genere quel supporto logistico e di professionalità che garantirà un lungo periodo di prosperità fino al declino definitivo degli anni Ottanta.

Fin dall'inizio, il western italiano, che farà storcere la bocca ai puristi del genere e soprattutto agli studios hollywoodiani, rappresenterà una deviazione dal genere creato negli USA: il confronto tra i due stili narrativi, diventa perciò un passaggio obbligato.

Critici e spettatori sanno bene cosa rappresenta il western: è l'iconografia del cinema americano per eccellenza. È forte il valore mitologico e fondativo di questo genere che è il frutto di una società giovane, elementare, che esprime il bisogno di portare l'ordine con lo stesso entusiasmo con il quale era iniziato il disordine pionieristico (Giampiero Frasca, 2007), con elementi fondamentali quali l'individuo, l'avventura, la legge; e la società di cui è

espressione è un mondo ormai concluso che, però, ama rimettersi in discussione per autolegittimarsi.

Il western americano ha anche una forte iconografia legata al paesaggio, alla natura da conquistare, alla terra da domare e da asservire.

Come mirabilmente afferma Enzo Natta (1967), nel western italiano non si ritrova nulla di tutto ciò; vi è la misura dell'eroe e dell'antieroe che nel genere italiano fin dagli esordi cozza con quella americana: ai volti nostalgici e rivolti al passato nel western italiano è radicato il presente.

Come dicevo, è un mondo (quello degli spaghetti-western o western all'italiana), che raffigura la realtà; trova la sua concretezza iconografica nelle situazioni di tutti i giorni, nelle luci di Roma, nelle facce dei trasteverini, che poi esploderà nella trilogia minore, ma degna di attenzione sociologica, che il duo Bud Spencer e Terence Hill rappresenteranno nelle pellicole girate in Abruzzo. L'uomo del western-spaghetti è spavaldo, fanfarone, arrogante, ficcanaso sicuro di sé, non portavoce di certezze morali, è ambiguo, furbo, privo di motivazioni e venale (Cfr. Clint Eastwood e le sue interpretazioni prima di diventare una icona del cinema americano).

Generalmente i cattivi del western americano sono indiani o fuorilegge che minacciano l'ordine e la civiltà nei confronti dei quali diventa legittimo l'uso della forza sebbene regolamentato da un codice etico sui generis tipico del Far West e dove, pertanto, è chiara la distinzione tra bene e male; al contrario nella cinematografia di genere italiana, i cattivi del western locale sono personaggi solo meno furbi dell'eroe in quanto non sanno "amministrare" la violenza in modo efficace ed economico.

Il cinema italiano di genere, però, ha un effetto benefico sulla filmografia americana; si umanizzano i ruoli, anche quelli dei "cattivi" acquistano dignità e spessore psicologico, passando dalla parte dei selvaggi a quelle delle vittime della violenza e dell'avidità dei bianchi (e della società del progresso che naturalmente esprimevano), cosicché il bene (o quello che viene rappresentato dalla comune logica culturale dominante) fatica a trionfare, ma i termini della dialettica (legge vs trasgressione; ordine vs caos), non vengono mai meno.

Al contrario, il western italiano, attraverso un travestimento in costume esprime i bisogni di una società diversa e in continua trasformazione: diremmo, oggi, di una società liquida che rilegge il West e la sua epopea smitizzandola e sostituendo agli eroi gli antieroi.

E questa sostituzione varca anche le porte delle ambientazioni, come vedremo più avanti.

In definitiva, quando si parla di spaghetti-western, si deve fare riferimento a quei film della fine degli anni Sessanta, caratterizzati da una profonda distanza dal genere americano.

Sono film privati dei modelli positivi cari al *political correct* in stile hollywoodiano; i nuovi protagonisti sono antieroi solitari (lontani dalle successive

mitizzazioni della Marvel fumetti), disperati messicani e banditi vestiti in modo improbabile che hanno come scopo il raggiungimento di meri interessi personali.

I nuovi western non sono più girati nel sud degli Stati Uniti, ma nei deserti della Spagna e in alcune località dell'Abruzzo o della Calabria se non nel Lazio.

La caratteristica principale, allora, di questi film risiede nel mix di azione, violenza e brutalità fino a sconfinare nella rissa demenziale e ironica dei film cui danno vita la coppia Bud Spencer-Terence Hill.



Non ci sarà regista in Italia (ma anche nel resto dell'Europa) che non si leghi al carro degli spaghetti-western agganciando la propria carriera a questa fortunata moda che genera, però, anche un modello culturale forte che si trasmette anche nella "letteratura" di genere, quella fumettistica. Ognuno cercherà di aggiungere, al modello creato da Sergio Leone, qualcosa di suo amalgamando folklore e kitsch uniti sempre a violenza e azione.

Nelle vesti di protagonisti, dando così nuovo splendore alle scuole di recitazione e di stuntman italiane, si alterneranno veterani delle pellicole e volti nuovi.

Altra componente fondamentale è data dalla maniacalità nella cura delle colonne sonore, con esempi di virtuosismo fantastici con i vari Ennio Morricone, Bruno Nicolai, Nora Orlandi, Alessandro Alessandroni, solo per citarne alcuni, che avvicineranno ancor più il genere al pubblico... cosa che non accadeva negli Stati Uniti: tutto concorreva a rendere l'industria culturale cinematografica italiana una grande locomotiva che correva, come può capitare di immaginare ascoltando le note de *Il Buono, il Brutto e il Cattivo*, lungo la strada ferrata del successo, per ridare slancio all'economia italiana.

Dalla seconda metà degli Anni Sessanta ha dunque inizio la contaminazione tra le due tipologie di western. Gli americani inizieranno a modernizzare i loro film (non erano più un racconto sociologico della società; meglio, non la rappresentavano più perché i paradigmi di riferimento erano cambiati); abbandoneranno le location tradizionali del cinema western americano per approdare in Spagna e in Italia e a offrire le regie di loro film a registi italiani.

I cinema vengono invasi da una serie di film scanzonati, marcati da toni parodistici e volti al comico. Dei veri e propri sottogeneri che, a loro volta, si impongono destrutturando l'immaginario collettivo e rendendo familiare (il contrario di un non-luogo) ogni ambientazione riconoscibile e ogni personaggio collocabile nella realtà propria di riferimento.



Nasce, come già detto, la celeberrima coppia Carlo Pederzoli (Bud Spencer)-Mario Girotti (Terence Hill), che caratterizzerà la fase di trasformazione del genere e vedrà alcuni suoi film girati in alcune location abruzzesi (per la verità, l'Abruzzo sarà luogo preferito per altre ambientazioni, che grazie allo spunto dato dagli spaghetti western, troveranno fortuna nel mondo delle produzioni cinematografiche. Ricordiamo solo per citarne alcuni, i celeberrimi film: "Continuavano a chiamarlo Trinità", girato a Campo Imperatore; "LadyHawke", con scene girate nel Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga, a Pereto, a Campo Imperatore, a Rocca Calascio, a Castel del Monte; "Il deserto dei Tartari", girato a Campo Imperatore e Massa D'Albe; "Fontamara", girato a Roccacasale, Pescara, Pacentro, Popoli, Fucino; "King David", con scene girate a Campo Imperatore; "Il nome della Rosa", con scene girate a Rocca Calascio; "Francesco", con scene girate a Campo Imperatore, Raiano; "Una pura formalità", con scene girate a Santo Stefano di Sessanio; "The American", girato a Sulmona, Castelvechio Calvisio, Vittorito, Campo Imperatore, Capestrano e Castel del Monte), di straordinaria bellezza e suggestione che, se messe a sistema, avrebbero di certo potuto dar luogo ad un percorso finalizzato alla nascita del distretto culturale del cinema.

In questo senso, quella corsa immaginaria su una strada ferrata passante tra le montagne dell'Abruzzo, notoriamente terra di confine e di isolamento, per

certi versi, che la musicalità della colonna sonora già citata de *Il Buono, il Brutto, il Cattivo* mette in evidenza, in realtà non si concretizza e si strozza disperdendo una fortuna e un capitale socio-culturale che si affacciava all'orizzonte.

In conclusione, "Spaghetti Western" è un genere cinematografico, allora, che si è evoluto nel corso degli anni, dai proto-western fordiani di Pietro Germi ambientati in Italia, ai western pre-leoniani debitori dell'epopea americana, passando per Sergio Leone e via via con i tristi vendicatori del far west, i tortilla western, i western comici oltre a quelli bizzarrissimi dell'ultimo periodo che mischiavano al genere elementi antitetici presi in prestito da altri filoni come il cinema delle arti marziali o l'horror, fino ai tentativi finali degli anni '80 di rivitalizzare un cinema ormai morto.

Il western italiano (o "all'italiana", come dicono i detrattori negli anni Sessanta) nasce in un momento di crisi del nostro Paese, quando lo slancio del miracolo economico si è esaurito. Per questo "Per un pugno di dollari" di Leone e i film di Corbucci e Tessari vengono subito letti come lo specchio di una società arrivista, cinica e consumista. Ma il western italiano ha in sé anche una vocazione ribelle e terzomondista, come mostra il filone dedicato alla rivoluzione messicana inaugurato da "Quién sabe?" di Damiani. E al tempo stesso ammette una declinazione ironica e comica, che esplode nel 1970 con "Lo chiamavano Trinità..." caratterizzando la sua fase conclusiva che, come affermato, non ha portato a ricreare quel miracolo italiano dato dalla nascita dei Distretti industriali (nel nostro caso, di natura culturale).

Infatti, per una attenta analisi del territorio ci si può basare anche sul ruolo crescente dato dalla cultura. Hanno, infatti, sempre più peso nella pianificazione dei contesti istituzionali e non solo, le strategie che si basano su strutture organizzative locali dove la cultura è divenuta una risorsa primaria, un canale privilegiato di promozione di capitale all'interno anche di realtà complesse e difficili o di città metropolitane.

Un territorio non sempre può essere analizzato tenendo conto delle sue peculiarità economiche. Al contrario, il territorio rappresenta quell'arena sociale quale luogo preferito per il dipanarsi delle azioni sociali razionali e per le prassi di sviluppo locale.

Proprio partendo da questo assunto, l'ambito *rurale* deve essere considerato come l'ambito dove diviene possibile un meticciamiento tra attività economiche diverse, ma anche il luogo dove si realizzano scambi relazionali organizzati diversamente, accanto a prassi di sviluppo che trovano, nella contingenza del territorio, un momento di crescita e di sviluppo attraverso una valorizzazione delle risorse locali che può avere anche delle ovvie implicazioni etiche e *linguistiche* che, come nella definizione che si dà della stessa Comunità Europea del 1997, riprendono concetti fisici, sociali e culturali che sono controparte dell'*urbano*.

Gli attori sociali si riconoscono come appartenenti ad una comunità attraverso il racconto dei luoghi. "Una società", secondo la definizione di E. Durkheim, "non è costituita semplicemente dall'insieme degli indivi-

dui che la compongono, dal terreno che essi occupano, dalle cose di cui si servono, ma è costituita in primo luogo dall'idea che essa si forma di sé". I luoghi non sono oggetti immutabili, sono astrazioni, si scompongono, si ri-aggregano in altre forme, i confini sono mobili, in altri termini: invecchiano, si trasformano, muoiono, rinascono. Insieme ai luoghi, invecchiano anche i loro racconti. Un racconto del territorio è vecchio quando ne banalizza l'esperienza, quando le linee di fuga sono spezzate, quando non contiene la possibilità di immaginarne un futuro. È quello che sembrano sperimentare molti territori oggi nel nostro paese, costretti in racconti "scolastici" ed in confini locali tracciati prima dell'avvento della mobilità di massa, quando la stragrande maggioranza degli italiani andava a lavorare, faceva la spesa, accompagnava i figli a scuola a piedi, in bicicletta, a dorso di mulo o su treni molto più lenti degli attuali.

Sembra delinearci una situazione di *disordine ordinato* all'interno dei tessuti urbani, quasi come parte integrante della società radicale, dove sembrano ampliarsi gli spazi destinati a processi ambivalenti e contraddittori, ma dove risulta privilegiato lo spazio della comunicazione (con prevalenza di quella complementare già richiamata in precedenza), a causa dell'amplificarsi della socializzazione dei rapporti sociali. In definitiva, la città si configura sempre più come lo spazio dove si insedia e si afferma una dimensione sociale e culturale all'interno della quale le attività di piacere si integrano con quelle di affermazione di sé, di auto-realizzazione individuale attraverso non solo il *tempo passivo*, ma anche azione, relazione, comunicazione in una dimensione non strumentale e sottratta all'attività di regolazione e valutazione dell'economia di scambio. Tutto si traduce, allora, nel rapporto tra città e il *tempo del loisir*. Tale rapporto dà origine a nuovi sistemi produttivi a valenza essenzialmente simbolica che trovano nelle relazioni sociali e nell'innovazione delle forme e delle esperienze di comunicazione intersoggettiva e tra gruppi sociali le condizioni per la propria esplicitazione.

La città si identifica quasi con il territorio, in quanto diventa luogo dell'azione sociale e luogo della *concretezza dello spazio* e, nell'uso quotidiano, la materialità esterna al soggetto sulla quale ha luogo la dinamica sociale e l'organizzazione umana delle cose; quasi un processo di rielaborazione razionale della realtà in un continuo scambio di senso per la produzione di identità e di appartenenza.

Volendo, pertanto, dare significati omogenei pur nella diversità sociologica, a questa dinamica territoriale potremmo affermare che lo spazio materiale produce la storia del territorio in quanto subisce l'azione dell'uomo, perché in quell'ambito preciso si svolge una relazione tra soggetti co-abitanti e co-agenti, che conferisce *significati* ad un preciso insieme comunitario. Attraverso tale dinamica, inoltre, si registrano processi di adattamento o di appropriazione, di sfruttamento o di distruzione del territorio (nella sua accezione volutamente allargata e omni-comprendensiva), da parte della intersoggettività operante in esso, a seconda dei significati fondativi che si danno al rapporto strutturale tra soggetto e ambiente.

La domanda ed il consumo culturale infatti si evolvono oggi in ogni campo di attività. Si tratta dunque di una nuova forma di conoscenza, di recupero di

luoghi che appartengono alla storia e all'identità culturale, affermandosi così un nuovo modo di vivere e "sentire" il territorio ed una nuova forma di idea di arena sociale quale luogo dell'immaginario come modo di produzione.

Nel caso della produzione culturale, infatti, si fa riferimento al patrimonio culturale e artistico del luogo nuove centralità, per un recupero ambientale dei territori: tutto, però, deve diventare sistema.

Un distretto culturale complesso, integrato ed articolato in istituzioni differenziate e servizi d'eccellenza, dotato di una sua identità ambientale, può inoltre rappresentare per un territorio od una città, una *flagship* più potente ed attrattiva rispetto al singolo museo o ad un sistema di musei. In questa direzione, nel rafforzamento delle centralità e nella costruzione di una reputazione, le politiche di distretto possono rivelarsi molto più importanti rispetto al loro impatto economico diretto, una risorsa strategica capace di sostenere un marketing territoriale efficace ed una competizione viva tra i centri di produzione e consumo culturale europei: il distretto culturale del Cinema avrebbe avuto ragion d'essere proprio seguendo questo filone.

Il centro culturale prevede appunto un sistema di concentrazione, di prossimità fisiche, attrezzature per attività da svolgere che favoriscano lo scambio, la comunicazione, la socializzazione e la condivisione degli immaginari rappresenta il luogo, la centralità radunata attorno ad un pretesto, quasi indipendentemente dalle pertinenze fisiche. Partendo da questo presupposto, il concetto del distretto culturale assume una doppia valenza: da un lato stimola la specializzazione dell'offerta dei territori nella produzione di cultura, dall'altro è portatore di innovazione, introducendo attori diversificati nella gestione dei beni e delle attività culturali. Quanto alla sostanza dei distretti culturali va inteso un sistema, territorialmente delimitato, di relazioni che integra il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, sia materiali che immateriali, con le infrastrutture e con gli altri settori produttivi che a quel processo sono connesse. L'obiettivo è quello di rendere più efficace il processo di produzione di cultura e di ottimizzare su scala sociale gli impianti economici e sociali.

Del distretto è configurabile un modello generale teso a raccordare la valorizzazione dell'assetto culturale di uno specifico territorio con i processi di valorizzazione delle altre risorse, come i beni ambientali, le manifestazioni culturali, i prodotti della cultura materiale e immateriale dell'area stessa. Ovviamente la costruzione dei distretti culturali presuppone una strategia di gestione che deve tener conto della presenza dei diversi attori del territorio come i rappresentanti del sistema istituzionale, le forze politiche, i gruppi di pressione, le forze sociali e imprenditoriali.

Il territorio allora viene così ad articolarsi in ambiti eterogenei, ognuno specializzato in un settore culturale, che forma il *cultural district*, che secondo questa accezione inglese intende un'area urbana in cui si riscontra un'alta concentrazione di luoghi e attività per l'arte e lo spettacolo. Oggi, secondo Sacco e Pedrini (Sacco, Pedrini, 2003), il focus sul distretto culturale segue due filoni principali:

- il distretto culturale come cluster (insieme) di attività, si prenda il caso dell'industria cinematografica di Hollywood, sorta in una zona di Los Angeles dalle ceneri della grande impresa fordista;
- il distretto culturale come progetto, dove la concentrazione di attività culturali è il frutto di una policy che vuole dare lustro a zone degradate della città o promuovere il territorio.

Il distretto culturale non rappresenta un semplice passaggio dalla logica di distretto industriale al campo culturale, anche se alcune caratteristiche del modello distrettuale classico vengono ancora conservate.

Il primo e fondamentale carattere distintivo è che il distretto industriale si fonda sulla creazione del valore economico, mentre nell'altro caso è la cultura il fondamento del processo.

Per quanto riguarda la produzione del distretto culturale, si distingue da quello industriale che possiamo definire di definire monoprodotto fortemente specializzato in un particolare settore: è caratterizzato dalla sua essenza di pluriprodotto: oltre alla produzione culturale si affiancano altri settori produttivi (costruzioni, restauro, turismo...) che fanno sì che esso risulti quale una azione di policy ben definita: "...un distretto per la valorizzazione dei beni culturali non nasce spontaneamente, ma prende vita da un disegno che è volontà politica e non può avvalersi di automatismi perché manca di un dispositivo di avviamento; deve assumere forma istituzionale dando un corrispettivo organizzativo al modello di sviluppo che intende attuare" (Valentino, 2003).

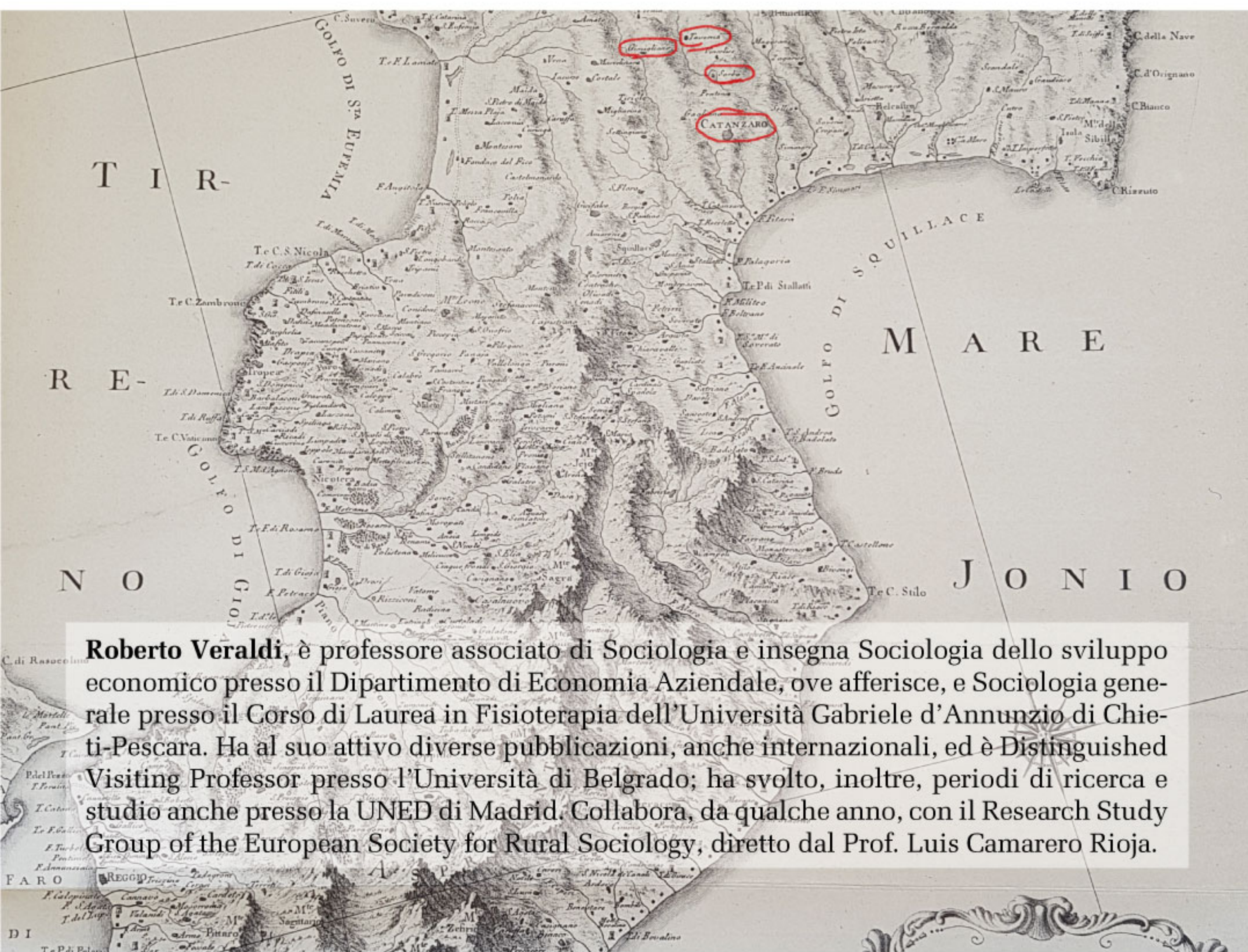
In definitiva, quello che ha rappresentato per l'Abruzzo il Cinema dell'epopea dei western all'italiana, ma che non ha saputo trasformare in risorsa (se non momentanea); ciò ha prodotto un depauperato del capitale sociale ed economico, quindi coalizionale. (Cfr. R.Veraldi, 2003; R. Veraldi, 2006.) del territorio stesso.

Forse l'errore è stato quello di percepire questo genere di cultura come elemento residuale rispetto all'attività quotidiana, con dei costi e non, in realtà, come un luogo dell'immaginario che sa produrre effetti benefici (non solo di natura economica), ma di rivisitazione dei luoghi di interesse tanto da trasformarli da non-luoghi in posti riconoscibili e dove il valore aggiunto è dato proprio dal suo sottofondo culturale di riferimento. È una epopea ormai lontana, qualche volta raggiunta da nuovi clamori mediatici, ma che ha comunque saputo contribuire ad interrompere quell'isolamento culturale/ideologico/geografico/sociale di luoghi (l'Abruzzo e la Calabria, ad esempio), che da sempre hanno sofferto per quel loro ruolo post-unitario, imposto, di terre di confine.

In un momento in cui è ritornata prepotentemente la tematica della differenziazione tra Nord e Sud del Mondo (con tutte le sue implicazioni), un ragionamento sullo sviluppo locale non può restare fuori dall'argomentazione sociologica, pur in una visione di intersezioni di saperi.

Quando si parla di sviluppo, a quali scenari si deve far riferimento? Quale meccanismo di ingegneria sociale si deve prevedere per una buona pratica di sviluppo; soprattutto, cosa intendiamo noi per sviluppo di un territorio e cosa proponiamo in ultima istanza? Sono state queste le principali domande alle quali il testo cerca di dare risposte, anche se la sua vocazione principale rimane quella di sollecitare innanzitutto la discussione degli *stakeholder* sui temi dello sviluppo in epoca di globalizzazione.

Il testo si conclude con un'analisi breve sugli scenari possibili di mutamento sociale a seguito della recente pandemia.



Roberto Veraldi, è professore associato di Sociologia e insegna Sociologia dello sviluppo economico presso il Dipartimento di Economia Aziendale, ove afferisce, e Sociologia generale presso il Corso di Laurea in Fisioterapia dell'Università Gabriele d'Annunzio di Chieti-Pescara. Ha al suo attivo diverse pubblicazioni, anche internazionali, ed è Distinguished Visiting Professor presso l'Università di Belgrado; ha svolto, inoltre, periodi di ricerca e studio anche presso la UNED di Madrid. Collabora, da qualche anno, con il Research Study Group of the European Society for Rural Sociology, diretto dal Prof. Luis Camarero Rioja.

€ 38,00

ISBN: 978-88-6022-379-1



9 788860 223791