



23 giugno 2006

centro culturale Candiani

Urban center: realtà a confronto

Atti della giornata di studi

a cura della redazione del /candiani5 - Urban centre

Presentiamo in questo fascicolo gli atti della giornata di studi organizzata da /candiani5 – urban centre ed In-Arch Veneto svoltasi il 23 giugno 2006, e finalizzata alla condivisione delle esperienze ed al confronto dei risultati raggiunti da diverse strutture attive sul territorio italiano ed internazionale raggruppate sotto l'unico cappello di "urban center". In realtà le strutture che si sono riunite in questa giornata presentano numerose differenze sotto il profilo della struttura, degli obiettivi, e degli strumenti utilizzati.

Si sono confrontate esperienze anglosassoni dove, strutture organizzate come associazioni non profit si avvalgono della collaborazione di volontari e vengono sostenute interamente da finanziamenti privati, ed esperienze "europee" dove strutture spesso inquadrare all'interno degli enti pubblici che governano i territori di riferimento delle stesse, sono sorrette da finanziamenti pubblici con rare eccezioni di co-finanziamenti pubblico-privati.

Sono stati messi in luce obiettivi diversi; urban center come "spazio di informazione, di dialogo e di progettazione condivisa sulla città e sul territorio" o come "organismo di presidio e supporto ai processi di trasformazione", organismi, quindi con una spiccata vocazione progettuale si affiancano ad altri che come fine hanno l'accompagnamento dei processi di trasformazione od ancora si pongono come luogo di incontro di reti di attori che concorrono nella trasformazione del territorio.

I lavori della giornata hanno evidenziato un panorama molto vario che vede soggetti diversi (sia qualitativamente che quantitativamente) attivarsi per realizzare strutture dai fini diversi ma accomunate da istanze di trasparenza e di inclusività nella formazione dei processi decisionali, di miglioramento della loro efficienza, di promozione della qualità urbana ed infine di promozione di una immagine riconoscibile e condivisa della città contemporanea.

Sperando che questa giornata sia stata utile per tutti i soggetti intervenuti auspichiamo che questa opera di confronto prosegua al fine di costituire una rete di soggetti che perseguano attraverso il confronto di pratiche e metodi il miglioramento dell'efficienza e della qualità dei servizi offerti dagli urban center in Italia e nel mondo.

La redazione del /candiani5 – urban centre

Urban center - realtà a confronto - Giornata studi
23 Giugno 2006. Venezia, Centro Culturale Candiani.

/candiani5, l'urban centre di Venezia, compie un anno.

Si tratta di una tappa significativa che ci permette di tracciare un primo bilancio dell'esperienza condotta e che ci sollecita a riflettere sui risultati ottenuti ma anche sugli obiettivi non compiutamente realizzati.

In questa riflessione riteniamo utile coinvolgere anche altre realtà esistenti nel nostro paese in un dibattito sul ruolo degli urban center e sulla loro efficacia nei processi di comunicazione, promozione e partecipazione nell'ambito delle trasformazioni urbane

A questo scopo /candiani5 insieme a InArch Veneto organizzano una giornata di confronto e dibattito sul tema degli urban center in Italia (senza tralasciare alcune significative esperienze estere) per raccogliere osservazioni e indicazioni utili a una crescita comune, ad un consolidamento delle attività intraprese ed allo sviluppo di collaborazioni concrete tra urban center di diverse città attraverso la condivisione di esperienze e progettualità.

L'iniziativa è rivolta sia agli operatori direttamente coinvolti nella gestione di un urban center, sia ad altri soggetti in grado di fornire un contributo significativo al dibattito.

La giornata sarà divisa in due sessioni.

La prima sessione sarà dedicata allo svolgimento in parallelo di tre focus group tematici a cui parteciperanno:

- tecnici ed amministratori operanti presso urban center in Italia;
- esperti competenti sui vari temi trattati nei focus group;
- gli attori economici, le associazioni ed i gruppi che a vario titolo sono coinvolti nei processi di trasformazione della città

Alla chiusura dei focus group si terrà una tavola rotonda durante la quale i risultati dei lavori saranno illustrati e discussi.

Nella seconda sessione verranno illustrate alcune esperienze relative a pratiche, italiane ed estere, significative nelle loro specificità.

Programma

- 9:30 Benvenuto ai partecipanti.
Gianfranco Vecchiato, assessore all'Urbanistica, all'Edilizia Convenzionata e Privata del Comune di Venezia

Prima sessione - I focus group

- 9:45 Apertura dei lavori e presentazione dei focus group.
Ambra Dina, Direzione Sviluppo del Territorio ed Edilizia del Comune di Venezia.
Andrea De Eccher, InArch Veneto.
- 10:00-13:00 Focus 1: "Strutture e modelli gestionali degli urban center"
sala seminari
moderatore: Gerardo de Luzenberger
- 10:00-13:00 Focus 2: "Comunicazione, tecniche e strumenti per la comunicazione delle trasformazioni urbane e dei temi legati alla città"
/candiani5
moderatore: Giovanni Ginocchini
- 10:00-13:00 Focus 3: "Partecipazione, dall'informazione all'ascolto. Il ruolo degli UC nei processi di partecipazione alla pianificazione urbanistica e progettazione urbana"
sala primo piano
moderatore: Elvio Raffaello Martini
- 13:00 Visita al /candiani5 con il progettista arch. Paolo Maldotti
- 13:30 Pausa pranzo-buffet
- 14:30 Tavola rotonda con presentazione dei risultati dei focus group.
Moderatore Virginia Giandelli – Domus Academy

Seconda sessione - Alcune pratiche

Interverranno:

- 15:30 Lynn Osmond - Chicago Architecture Foundation
15:50 Carlo Olmo – Urban center metropolitano di Torino
16:10 Dominique Alba - Pavillon de l'Arsenal - Parigi
16:30 Francesco Ceci – Casa della città – Napoli
16:30 Maria Cecilia Bizzarri - eBO - Esposizione Bologna



Urban center: realtà a confronto

I Focus Group

- Focus 1** Strutture e modelli gestionali degli Urban centre
moderatore: Gerardo de Luzenberger
- Focus 2** Comunicazione, tecniche e strumenti per la comunicazione
delle trasformazioni Urbane e dei temi legati alla città
moderatore: Giovanni Ginocchini
- Focus 3** Partecipazione, dall'informazione all'ascolto. Il ruolo degli UC nei
processi di partecipazione alla pianificazione urbanistica e
progettazione urbana
moderatore: Elvio Raffaello Martini

Focus group 1

Strutture e modelli gestionali degli Urban center

moderatore: Gerardo de Lutzenberger - Genius Loci - Scuola Superiore di Facilitazione



Partecipanti

Urban center

Valentina Campana, Urban Center Metropolitan di Torino
Loredana Parmeggiani, Urban Center di Milano
Gilda Berruti, Casa della Città di Napoli
Enrico Nigris, Casa del Municipio, Urban Center Roma XI
Piera Busacca, Casacittà di Catania
Ambra Dina, Urban Centre di Venezia

Comune Venezia

Roberto Pugliese, Pianificazione Strategica
Franco Gazzari, Lavori Pubblici

Esperti

Stefania Minoia, Inarch Veneto
Ilene Steingut, Inarch Sardegna
Lynn Osmond, Chicago Architecture Foundation
Dominique Alba, Pavillon de l'Arsenal Parigi
Virginia Giandelli, Domus Academy

Rappresentanti locali enti, aziende o società civile

Giorgio Sarto, Laboratorio Mestre '900 - Comune di Venezia
Ruben Baiocco, INU

Partecipanti

La presenza di realtà molto diverse ha consentito di aprire un interessante confronto su esperienze e prospettive nella gestione degli Urban Center. Al gruppo hanno partecipato complessivamente 15 persone in rappresentanza di:

- 1) urban center provenienti da diverse città Italiane;
- 2) altri settori del Comune di Venezia e persone impegnate in enti locali ed associazioni che operano in contatto con gli urban center;
- 3) esperti di questioni connesse ai temi dell'urbanistica e delle trasformazioni urbane.

Al gruppo hanno inoltre partecipato due esperti stranieri, che hanno fornito con la loro testimonianza più di uno spunto di approfondimento per il gruppo sui temi di discussione.

Risultati

La discussione ha offerto l'opportunità di un confronto su questioni di rilevanza cruciale per la vita degli urban center. Dalla discussione sono emersi una serie di spunti che meriterebbero di essere approfonditi nel corso dei prossimi incontri.

Organismi e modelli gestionali

Essendo gli urban center dei soggetti relativamente nuovi nel panorama nazionale, la discussione si è sviluppata a partire dalle caratteristiche organizzative e gestionali dei soggetti presenti. Dal confronto tra le diverse esperienze è emerso che sotto il nome urban center si raccolgono delle iniziative dalle caratteristiche organizzative e gestionali spesso molto diverse. Strutture promosse e gestite da pubbliche amministrazioni – come /Candiani 5 di Venezia, la casa della città di Napoli o l'Urban Center di Milano, strutture che hanno un modello gestionale dalla forte connotazione privatistica – come la Casa del Municipio di Roma, strutture che si rifanno ad un modello che tendenzialmente mette insieme pubblico e privato come l'Urban Center di Torino, strutture che nascono dall'iniziativa di un dipartimento universitario – come Casacittà a Catania.

Grado di autonomia

È emerso che gli urban center operano, indipendentemente dai modelli di gestione che li caratterizzano, con gradi di autonomia diversi. Alcuni riescono ad avere una forte autonomia sia sulla definizione degli obiettivi che delle attività da compiere, altri meno. Al di là delle scelte organizzative e gestionali, il grado di autonomia di un urban center è stato identificato come un requisito fondamentale per garantire l'operatività di queste strutture, che devono poter rappresentare tutta la complessità e la diversità di punti di vista che accompagnano il dibattito sulle trasformazioni urbane. Sarebbe interessante approfondire in che modo gli aspetti finanziari riescano ad incidere sull'autonomia gestionale di queste strutture.

Finalità

Si è partiti da una provocazione: Milano Santa Giulia è un urban center? Può una struttura come Milano Santa Giulia essere assimilata ad un urban center? La risposta che è emersa dal gruppo è no, questo perché la caratteristica distintiva degli urban center deve essere quella di guardare alla città ed alla sua trasformazione in una prospettiva pubblica o collettiva, e non privatistica, occupandosi di "volgarizzarne" gli aspetti tecnici aiutando la cittadinanza a capirle ed a farsi un'opinione.

Come operare nel rispetto di tali finalità? Anche qui diverse opinioni:

Essere promotori di dialogo (non schierarsi, ma rappresentare i diversi punti di vista, la pluralità di voci ed interessi che sono dietro la trasformazione urbana);

Essere attore, stakeholder del sistema e portatori di posizioni forti (cioè scegliere e sostenere un punto di vista);

Essere un educatore della cittadinanza sui temi della trasformazione urbana;

Allargarsi ad altri campi come il sociale, la cultura, anche offrendo servizi (formazione, educazione, cultura ecc.) alla cittadinanza ed ospitando iniziative della cittadinanza.

È stato anche detto da alcuni che all'interno delle pubbliche amministrazioni servirebbero degli "urban center" per quasi tutti i settori d'intervento della pubblica amministrazione. A tal proposito però è stato anche sottolineato che, avendo in Italia queste strutture una connotazione non ancora definita, nuova e non ancora facilmente catalogabile, occorre evitare di cadere nella tentazione di trasformare gli urban center in dei contenitori che dovrebbero occuparsi di tante cose diverse.

Funzioni e ruoli prevalenti

Ai diversi modelli gestionali si associano funzioni e ruoli diversi. Spesso gli urban center emanazione di una pubblica amministrazione tendono a svolgere il ruolo di vetrina ed informazione sulle politiche che le loro amministrazioni stanno mettendo in atto, mentre quelli che si rifanno a modelli

gestionali di natura privatistica più facilmente assumono il ruolo più neutrale di struttura di collegamento tra la cittadinanza ed i soggetti che lavorano alle trasformazioni urbane.

Modalità di finanziamento

Ai diversi modelli gestionali corrispondono anche forme di finanziamento diverse. Se in Italia la maggioranza degli urban center è finanziata da fondi pubblici – provenienti da risorse proprie degli enti locali o da fondi europei, è interessante notare come nel panorama italiano si comincino ad affacciare anche realtà che guardano con crescente interesse a finanziamenti privati – attinti da fondazioni bancarie, o all'autofinanziamento come strumento per garantire la propria operatività.

Attività

Ecco le attività che attualmente gli urban center svolgono (o dovrebbero svolgere):

- 1) Occuparsi di comunicazione verso il grande pubblico;
- 2) Essere vetrina delle trasformazioni urbane;
- 3) Svolgere il ruolo di accompagnamento e sviluppo di progetti di trasformazione;
- 4) Sviluppare attività di formazione ed educazione;
- 5) Promuovere il dialogo tra i diversi interessi in gioco nella trasformazione urbana;
- 6) Promuovere una maggiore consapevolezza sul ruolo dell'ambiente costruito;
- 7) Svolgere il ruolo di diffondere la storia dell'ambiente costruito;
- 8) Favorire la partecipazione alle trasformazioni urbane.

Focus group 2

Comunicazione, tecniche e strumenti per la comunicazione delle trasformazioni urbane e dei temi legati alla città

moderatore: Giovanni Ginocchini



Partecipanti

Urban center

Maria Cecilia Bizzarri, e-Bo Urban Center di Bologna
Elena Carmagnani, Urban Center Metropolitano di Torino
Nico Cattapan, Urban Center di Verona
Giovanni Damiani, Trieste Idea
Federica Zampa, Casa del Municipio, Urban Center Roma XI
Claudio Bertorelli, Urban Center di Vittorio Veneto

Comune Venezia

Carla Zamboni, URP Comune di Venezia
Anna Farinola, /candiani5 - Urban Centre di Venezia

Esperti

Luciano De Simone, GRM s.r.l.
Paolo Maldotti, Archiland studio Torino
Stefania Spiazzi, Inarch Veneto
Fabrizio Stelluto, Asterisco Informazioni

Rappresentanti locali enti, aziende o società civile

Ilaria Abrami, Vega srl
Federica Bosello, Autorità Portuale di Venezia

Gli urban centre al tavolo

Prima di indagare se “esistono modalità comunicative “altre” rispetto a quelle abitualmente utilizzate”, è parso opportuno sollecitare i presenti al tavolo, in particolare i rappresentanti degli urban center, a descrivere brevemente la genesi e il percorso di costruzione del proprio centro, lo stato dell'arte, i primi esiti del lavoro.

Si riportano di seguito le principali questioni aperte da ciascuno dei presenti:

Casa del Municipio, Urban Center Roma XI

(Municipio Roma XI, Garbatella Ostiense)

L'urban center nasce nel quadro delle politiche messe in campo dall'amministrazione per favorire la partecipazione (es. bilancio partecipativo e agenda strategica).

Obiettivo iniziale è strutturare uno spazio espositivo aperto alla comunità. Per cominciare ha deciso di indagare e rappresentare identità e storia del luogo, anche tramite la memoria degli abitanti (raccolta di testimonianze attraverso immagini video).

Tema importante che si trova ad affrontare è quello dei linguaggi: “occorre mediare linguaggi specialistici per un target non specialistico, indifferenziato”.

Parole chiave: pratiche partecipative in una comunità, identità e memoria.

Strumenti: video e voci degli abitanti

Bologna e-bo

È soprattutto una mostra, una grande esposizione. Ha a disposizione uno spazio molto ampio, 1000 mq. Sono circa 100 pannelli esposti.

Gestione in partnership pubblico privato: si tratta di un comitato di enti (una decina di soggetti), promotore è il Comune di Bologna.

Metà dell'esposizione è gestita direttamente dal Comune, la seconda metà è a disposizione dei singoli partner. Il coordinamento è unico e fa capo al comune di Bologna.

La maggiore difficoltà di interazione con i diversi soggetti è nell'integrare le singole comunicazioni, la necessità di far coesistere modalità molto differenti.

Problema dello spazio espositivo: occorre animarlo e aggiornarlo di continuo.

Target: generalizzato, “il lettore comune”.

Bologna, entrata in un nuovo ciclo, si domanda oggi come cambiare il proprio urban center. Il nuovo input è il passaggio da semplice esposizione a strumento (non il solo) per fare partecipazione, all'interno del progetto “Bologna città che cambia”.

Oggi e-bo ha anche un uso istituzionale, è un “biglietto da visita”, il luogo dove si portano le delegazioni in visita se interessate allo sviluppo del territorio e all'urbanistica.

A Trieste l'idea dell'urban center (non ancora realizzato) nasce da un'associazione di privati “trieste idea” nata da “trieste futura”. Il gruppo si propone di sollecitare amministratori e tecnici (al momento però poco ricettivi). Strumenti: promozione di un concorso di idee, produzione di un flyer distribuito nei bar dedicato al tema “cosa è un urban center”. “Qualità urbana” è il tema centrale che vorrebbe essere sviluppato.

Problema primario in questa fase: rapporto con la politica.

Venezia - /candiani5

A Venezia l'idea dell'urban center nasce a seguito della realizzazione della “carta della trasformazione della città”, pubblicata su internet. Il tema di lavoro principale nei mesi passati è stato “l'uscita dal virtuale”, oggi ci si domanda invece come far vivere il nuovo spazio. Ai problema di linguaggio si associano quelli di budget.

Gli strumenti multimediali non sono così semplici da aggiornare. È semplice se si parla del web, molto più dispendioso se si tratta dei video.

Urban Center Metropolitan di Torino

Urban Center Metropolitan di Torino ha assunto dalla fine del 2005 un ruolo operativo, di consulenza per la pubblica amministrazione.

Si propone di accompagnare e monitorare i progetti di trasformazione attraverso tavoli di discussione fra amministratori, developers (promotori), progettisti.

È dunque un tavolo di consulenza e costruzione della domanda pubblica.

Si chiede oggi come rendere pubblico questo delicato processo.

Alcuni progetti sono: costruzione di un modello fisico della città, in una scala opportuna, che comprenda le aree di trasformazione. Sito internet che illustri i progetti di accompagnamento, raccontati nelle loro grandi linee.

Problema: il luogo (oggi ospitato da Atrium) dovrà cambiare dopo il 2008.

Verona: si propone di lavorare su strumenti per target differenziati, bambini, anziani, strumenti in grado di "preparare alla discussione" in un'ottica partecipativa.
Ha cominciato il lavoro fissando gli obiettivi: attività informativa finalizzata alla partecipazione. Informazione dunque come stimolo, alfabetizzazione, didattica.
Tema centrale: indagare e condividere l'idea di città, l'idea di trasformazione, non solo nell'"immagine" però, anche rispetto ai temi sociali, economici, ecc.
Informare dunque, ma in tempo utile perché i cittadini possano poi incidere sui processi. Ad oggi è uno spazio espositivo. A target indifferenziato. Ma così non è soddisfacente. Occorre invece differenziare: per le scuole (avvicinamento graduale ai temi), per le circoscrizioni, per gli anziani, per gli stranieri, per i bambini.
Idee in lavorazione: una mappa "a terra" gigante. Ma anche strumenti interattivi, perché quella dentro l'urban center non può essere una presenza passiva.

Apporti dagli esperti

I diversi esperti hanno arricchito la discussione con numerosi spunti, ecco i principali registrati:

Occorre chiedersi innanzitutto "Cosa vogliamo dire"? Occorre individuare messaggi semplici e poi utilizzare tutti gli strumenti a disposizione per raggiungere i differenti target e per superare il gap dovuto ad un linguaggio tecnico ostico.

Importanza dell'immagine: la peculiarità dell'urban center è comunicare "per immagini". Tuttavia questo è dispendioso, nascono qui i problemi di risorse scarse a disposizione.

Importante sviluppare un rapporto con chi già si occupa di comunicazione pubblica, gli urp. Sviluppare dunque collaborazione fra urp e urban center (il rapporto con l'urp è importante anche in quanto l'urp è già riconosciuto come luogo di relazione fra cittadini e pubblica amministrazione mentre l'urban center deve ancora "afferinarsi").
Occorre negli urban center comunicare anche le piccole trasformazioni (senza tuttavia divenire uno "sportello"); inoltre aiutare l'amministrazione ad organizzare l'informazione "territorializzata": l'urban Center ha infatti a disposizione competenze differenti dagli altri settori.

Rilevante è il ruolo promotore di partnership gestionali pubblico-privato. "Mettersi insieme" serve sia al pubblico che al privato che possono così condividere una serie di obiettivi: evitare lo spreco di risorse (dovuto a doppie/triple comunicazioni) acquisire maggiore credibilità da parte dei cittadini, moltiplicare canali e raggiungere più target, arrivare agli spazi di comunicazione non a pagamento.

Tre importanti questioni

Difficile e forse improprio trarre conclusioni a seguito di una discussione molto intensa che ha visto tutti i soggetti coinvolti al tavolo esprimersi e dimostrare grande interesse nel confronto. Il tempo contratto ha permesso a ciascuno solo una prima esposizione delle proprie attività e un primo elenco dei principali temi strategici.

Aspetto interessante pare essere la coerenza fra gli obiettivi che i diversi urban center si pongono e gli strumenti comunicativi utilizzati. Una coerenza forse scontata, ma che è indice dello stato avanzato della riflessione in merito ai temi della comunicazione pubblica.

Per concludere è possibile tentare di isolare tra le molteplici questioni emerse tre temi che rivestono particolare importanza nella riflessione riguardante "gli strumenti" dell'urban center. Si elencano sinteticamente di seguito le tre questioni mettendo a fuoco i nodi critici e le prime proposte scaturite dal confronto.

1. Nodo critico: comunicazione destinata a target differenziati, necessità di tradurre i linguaggi tecnici.

Proposte: multicanalità, sviluppare e diffondere informazioni su canali comunicativi diversi; superamento della comunicazione destinata ad un target generico tramite l'utilizzo di strumenti differenziati rivolti a differenti target.

2. Nodo critico: "seguire" (e non più "inseguire") i tempi della trasformazioni.

Proposte: sviluppare e privilegiare strumenti di comunicazione facilmente "aggiornabili", stabilire modalità di collaborazione con coloro che detengono le informazioni utili all'aggiornamento

(all'interno e all'esterno della pubblica amministrazione).

3. Nodo critico: costi elevati (di gestione della struttura e di implementazione degli strumenti), scarsità di risorse economiche, bassa visibilità.

Proposte: sviluppare modelli di gestione in partnership con altri enti e soggetti attivi nel campo delle trasformazioni urbane, organizzare attività "ad alta visibilità" (anche all'esterno dell'urban centre) in partnership con altri.

Partecipazione, dall'informazione all'ascolto. Il ruolo degli UC nei processi di partecipazione alla pianificazione urbanistica e progettazione urbana

moderatore: Elvio Raffaello Martini - Martini Associati



Partecipanti

Urban center

Filippo Gravagno, Casacittà di Catania
Francesco Ceci, Casa della Città di Napoli
Bruno Segato, Urban Center Padova
Sara Fazzini, Urban Center di Verona

Comune Venezia

Cristiana Scarpa, Tutela dell'igiene pubblica
Giorgio Pilla, Comune di Venezia

Esperti

Andrea De Eccher, Inarch Veneto
Martina Gambaro, Fondazione Enrico Mattei – Venezia
Andrea Mariotto – Laboratorio l'ombrello – Dp IUAV

Rappresentanti locali enti, aziende o società civile

Diego Saccon, Cocit (comitato contro tangenziale)
Claudia Turcato, Comitato contro l'inceneritore di Bonisiolo
Emanuela Bertoldo, Sistema s.n.c. Documentazione Ricerca Progettazione
Antonio Bortoli, Pianificazione Territoriale, Provincia di Venezia
Enza Vio, Assessore alla Pianificazione Territoriale, Provincia di Venezia

Quali sono le domande che vi ponete oggi rispetto alla partecipazione?

La questione della rappresentanza: chi rappresenta chi e chi ha diritto di dirsi rappresentante nei processi di partecipazione?

La restituzione dopo l'ascolto: i cittadini vengono ascoltati, contribuiscono con le loro idee, proposte, informazioni. Ma cosa ritrovano di tutto questo nelle decisioni che vengono prese e che vengono loro comunicate?

Come si fa a sapere se tutti i soggetti coinvolti nel processo partecipativo condividono lo stesso obiettivo?

C'è un problema della credibilità del processo partecipativo che deriva anche dalla credibilità delle istituzioni: si tratta di un vero processo partecipativo o è solo un esercizio di stile? Come fare a capirlo?

Le istituzioni possono/sono in grado/vogliono tenere di conto della partecipazione?

Chi sceglie i soggetti da coinvolgere nel processo partecipativo?

Il ruolo dell'Urban Center rispetto alla partecipazione

La partecipazione non è un obiettivo prioritario dell'urban Center (esterno al comune), mentre è prioritario lavorare per l'inclusione e la responsabilizzazione.

Ci sono tanti modi per mediare fra decisori e cittadini, sarebbe scorretto volerne affermare solo uno. Occorre evitare l'omologazione dei processi e valorizzare la creatività e l'originalità.

Urban Center come luogo di ascolto, luogo dove i cittadini possono informarsi e informare.

L'urban Center dovrebbe dare voce alle diverse identità presenti nella città.
L'urban Center potrebbe essere ribattezzato "casa della città".

Compito dell'Urban Center è rendere comprensibili ai cittadini i linguaggi tecnici.

È meglio essere "onesti" e non creare aspettative eccessive e illusioni rispetto alla partecipazione.

L'Urban Center dovrebbe favorire il contatto dei cittadini con le istituzioni anche per evitare i fenomeni di "scaricabarile" fra gli uffici e i funzionari.

Gli urban center dovrebbero essere conosciuti dalla popolazione.

C'è il rischio che gli urban center possano creare ulteriore confusione per i cittadini nel già complesso panorama degli uffici e che possano porsi come un ulteriore ostacolo nel rapporto fra cittadini e decisori.

L'Urban Center non deve essere un ulteriore sportello al cittadino di cui non c'è bisogno.

Deve essere chiaro di cosa si occupa l'Urban Center.

L'Urban Center dovrebbe occuparsi dei problemi di trasformazione della città e non solo di urbanistica e mettere in rete i diversi soggetti interessati da questi problemi.

L'Urban Center dovrebbe avere un carattere "neutrale" ed essere terzo fra i cittadini e le istituzioni ed essere luogo di dialogo, confronto e mediazione dei diversi interessi.

L'Urban Center ha chiaro e comunica con chiarezza i confini all'interno dei quali deve realizzarsi la partecipazione.

Nel promuovere la partecipazione si potrebbe correre il rischio dell'autoreferenzialità del centro e l'esigenza di trovare spazio e visibilità potrebbe diventare preminente rispetto alla partecipazione.

L'urban Center è anche luogo di promozione dei rapporti e delle relazioni.

A monte della partecipazione occorre individuare strategie di responsabilizzazione dei cittadini .

Per favorire la partecipazione è meglio innescare il processo a partire da un problema, piuttosto che dalla sua soluzione.

Nell'Urban Center sarebbe possibile coinvolgere i cittadini nella selezione di progetti che in uno stadio precedente sono già stati selezionati da una commissione.

Compito dell'Urban Center è aggregare più soggetti intorno ad un problema

L'Urban Center è anche uno spazio informale, come un bar, una parrocchia, ma uno spazio pubblico per l'interazione pubblica.

Urban Center non tanto come luogo della partecipazione, quanto piuttosto come regista della partecipazione, come soggetto capace di valorizzare e mettere in rete le esperienze partecipative presenti nella città.

L'Urban Center facilita l'accesso alle risorse degli attori del territorio.

Suggerimenti per il futuro

Continuare la discussione e il confronto avviato con la giornata di studio a due livelli:

b.a livello locale, fra i diversi attori interessati alla partecipazione nella realtà veneziana

c.fra tutti gli Urban Center



Urban center: realtà a confronto

Gli interventi

Lynn Osmond: **Chicago Architecture Foundation** - Chicago
Elena Carmagnani: **Urban center metropolitano** - Torino
Dominique Alba: **Pavillon de l'Arsenal** - Parigi
Francesco Ceci: **Casa della città** - Napoli
Maria Cecilia Bizzarri: **E-Bo** - Bologna

Lynn Osmond - Chicago Architecture foundation

Architecture Centers: Redefining the Urban Experience



It is a pleasure as the President and CEO of the Chicago Architecture Foundation to speak to you about a subject I am passionate about: architecture, and the role of architecture centers in educating the public about the built environment. This year, the Chicago Architecture Foundation celebrates 40 years of doing just that, and I'm glad to have the opportunity to share with you our achievements, and our vision for the future.

Interest in the built environment is growing rapidly - and rightfully so. We are more conscious of the role of our cities as urban communities, and are challenged to respond to pressing social, economic and environmental issues that must be addressed by an informed public. Many cities find themselves at the gateway to the 21st century, having faced, and often having failed to solve, issues related to historic preservation, urban renewal, city planning, aging infrastructures, and sustainability. Moreover, in an increasingly global economy and culture, major cities like Chicago or Rome are now competing for market share and well-educated workforces - not regionally or even nationally, but on an international scale -with cities like Toronto, Dubai, Tokyo, Shanghai and London.

That is why architecture centers - or urban centers, as they are called in Italy - are vitally important. Centers of public education that serve as forums for dialogue about the built environment, urban centers have been and will be a critical component in preparing citizens to make informed decisions about the future of their cities.

Ultimately, as the place where individual citizens, city planners, architects, designers, educators, community activists, preservationists and developers meet, architecture centers have the potential to redefine the urban experience.

In the U.S., most architecture centers were started for one of two reasons: for historic preservation, or as adjuncts to chapters of the American Institute of Architects (AIA) in large cities. Generally, the role of architecture centers has been:

- To interpret the built environment for the general public, helping people understand that architecture includes the buildings that we see everyday: where we live, work, shop and worship;
- To educate the public about the design process; and make public debate about architecture and design accessible through public education programs;
- To define and draw attention to salient issues related to the built environment, such as the need to balance preservation of historic buildings with progress;

The result of these efforts is to:

- Reach beyond the work of preservationists to preserve the past, to empower individual and organized community members to play a role in shaping their current and future built environments.

In our respective cities, we seek to inspire the public to appreciate architecture, and encourage the public to become engaged in the built environment. Globally, we now have shared interests in how our cities and nations are fostering growth and innovation in the built environment. The time is ripe for sharing our ideas, our expertise, and our plans for creating architecture centers. Cities across the United States, and around the world - as evidenced by this conference - are coming together to learn from one another.

Architecture is the most public of the arts, and it should be, by rights, the most approachable form of our culture. And yet, very few of us are actually taught how to appreciate architecture and understand the importance of the built environment, so most people don't see the connection between the built environment and everyday life.

Now, let's look at the history of Chicago's outstanding built environment. I first must say that I am very fortunate to be standing here representing Chicago which has the reputation as being the quintessential city of American architecture. It is where an indigenous type of American Architecture, the skyscraper, was first explored and built.

The story of Chicago's amazing architecture actually begins with the destruction of most of the city's center in the Great Fire of 1871. The need to rebuild, and to rebuild quickly, led to the convergence of many new ideas when architects came to the city with innovative designs and a huge area of land on which to build them. There was a powerful synergy at work that still characterizes Chicago as a city of bold action and innovation. This reputation has helped the Chicago Architecture Foundation become the success story that it is today.

William LaBarron Jenney designed the first skyscraper - the Home Insurance Building here. We have such luminaries of the First Chicago School as Louis Sullivan, and his wonderful Auditorium



The skyline of Chicago



Public dialogue about the built environment



The great fire of 1871



William Le Baron Jenney
Home Insurance Building, Chicago

Building (Slide # 10); Daniel Burnham with such renowned designs as the Rookery Building and the incredible Monadnock Building. Burnham's work with his partner Atwood created one of my favorite buildings "The Reliance Building" built in 1895 (now converted into the Burnham Hotel). And of course we have the influence of Frank Lloyd Wright and his Prairie style design illustrated so well by the Robie House of 1908 that is now being restored.

At the same time as this massive building effort, the city was also experiencing such significant events as the World's Columbian Exposition in 1893, that brought over 27 million visitors to Chicago. With its extraordinary planning by Daniel Burnham and landscape architecture by Frederick Law Olmstead, this event started the city beautiful movement, which influenced cities around the world. And then the 1909 Plan of Chicago by Daniel Burnham, gave architects a solid basis from which to work and design.

The second Chicago School, as we refer to it, was lead by Mies van der Rohe, with his Lakeshore East Apartments, the UT campus and the Federal Center, to name but a few. SOM with Bruce Graham and engineer Fazlur Kahn developed the Sears Tower in 1974 (we still call it the tallest building in the world since it has the tallest occupied floor at 110 stories) and of course the ever-graceful John Hancock at 97 stories. Helmut Jahn who has certainly made his mark on the town with his James R. Thompson Center during the postmodern period. The city fell fallow during the 90's in terms of innovative design, as many cities seemed to lay dormant.

We in Chicago feel that we have turned the corner and are in for the next rush of exciting architecture with Rem Koolhaas's newest Campus Center at UT; the Helmut Jahn UT residences Soldier Field by Wood and Zapata and Lohan, Caprille Goettsch; Skybridge Residential Development (Slide #24) by Ralph Johnson of Perkins and Will; the Frank Gehry Music Pavilion in Millennium Park Anish Kapoor sculpture (Cloud Gate), the new Jaume Plensa water sculpture as seen in the far right of the picture.

Now we are witnessing the birth of the third Chicago School. Mayor Richard M. Daley has pledged to make Chicago the greenest, most sustainable city in America, beginning with the rooftop garden on City Hall that reduces the building's energy consumption. The Mayor is also promoting LEED certified public buildings like schools, police and fire stations that integrate the use of innovative design techniques, recycled building materials, and cutting-edge technologies.

Okay - now let's focus on the Chicago Architecture Foundation or CAF as it is often called. I'll begin by giving you the background of the organization, and then tell you about our many different programs. One of the expressions we like to use is "the City is our Museum." Our collection is not in our "stacks"; it is on the Street: the buildings and the neighborhoods we represent.

CAF was formed in 1966 to save John T. Glessner House - a historic home by Henry Hobson Richardson, on the near south side of Chicago in 1887. It was an interesting group of architects and concerned citizens who got together to raise the money that saved the building.

A number of architecture enthusiasts got involved giving tours of the house, and founded the Chicago Architecture Foundation. These early pioneers started a volunteer training program, and expanded tours to include the central downtown loop. They presented a series of lectures and other educational programs, and the organization quickly evolved from one heavily supported by architects to an organization supported by the general public.

In the 70's the organization expanded to include a downtown location, which included an exhibit gallery; lecture facility and shop. In 1993 the Chicago Architecture Foundation moved its headquarters to our present location in the Santa Fé Building, which was built by Daniel Burnham in 1905. I was fortunate to join CAF in 1996.

Today CAF is a very dynamic organization. With a total audience of over 620,000 people and a budget of just under \$7.8 million we are the eighth top cultural attraction in Chicago. Our vision is a distinct one, again, rooted in Chicago's outstanding architectural legacy, and our reputation as the quintessential city of American Architecture: "Because no art other than architecture so vividly expresses what Chicago is and where it is going, the Chicago Architecture Foundation will continue to educate the public to expect the highest standards from Chicago's built environment." We achieve this goal through a comprehensive offering of tours, exhibitions and adult and youth programs.

Entrance to the ArchiCenter, as we call our facility, is through our store, which is located on Michigan Avenue and serves as the starting point for our tours. The ArchiCenter includes offices and conference facilities; a lecture hall; a classroom; a visitor orientation center, and exhibition galleries. Let me talk about the various programs of the organization. We are probably best known for our architecture tours of the city. We give 86 different tours, which translates to over 7,800 departures of walking, bus, bike and boat tours annually. Last year, CAF served over 183,000 people just through our tours. Out of the 183,000 tour takers, about one-third are international visitors; one-third national and one-third residents. Our tours always make the top ten lists of what to do in Chicago in any guidebook or magazine article.

Perhaps the best-known tour is the Architectural River Cruise, which we developed nearly 15 years ago. Our two boats in 2004 carried 125,000 people. This summer we will be adding a third boat. In addition we do architecture trips outside of Chicago. These have included Seattle, New York,



Daniel Burnham & Charles Atwood
Reliance Building, Chicago



Frank Lloyd Wright
Robie House, Chicago



Mies van der Rohe
Crown Hall, IIT Campus, Chicago



Bruce Graham & Fazlur Kahn
John Hancock Building, Chicago



Rem Koolhaas
Campus center - IIT, Chicago



Chicago Architecture Foundation Shop & Tour Center
"ArchiCenter"



CAF Highlights by Bus Tour



CAF Architecture River Cruise



Big & Green Exhibition in the atrium



The CitySpace

Toronto, Berlin, London, Barcelona, Bilbao, and Rome.

CAF's Tour Program, at the heart of the organization's activities, is based on a volunteer model. It is certainly possible to translate this into a European model using paid tour guides. Our Tour Program is possible because of the contributions of an extraordinarily talented and committed group of 450 volunteer docents, who lead all of our tours. To be certified as a docent, individuals must participate in an extensive 10-week training program that includes reading assignments, essay writing and two exams.

We have a comprehensive exhibition program, which addresses issues that relate to Chicago. Exhibitions have included "Invisible City", which presented visionary designs by several architect teams interpreting major planning efforts; the new Central Area Plan, the revised Zoning Ordinance and Metropolis 2020, a plan for the region. As with all our major programming, to present this exhibition we partnered with leading institutions in the city. We believe in the slogan - "Partner or Perish."

In 2004 we presented two companion exhibitions, the largest we have ever done - Big and Green and Chicago Green-which focused on Green, or sustainable, architecture around the world, and locally. Buildings are the largest single cause of environmental pollution, and CAF's green architecture initiative was the first important step toward educating broad public audiences about this critical aspect of the built environment, and its role in preserving the natural environment.

Our current exhibit in the atrium is "OPEN: New Designs for Public Space," which we borrowed from the Van Alen Institute. We curated a local component, presenting ideas about the future of open space in Chicago. The subject is an important one. Despite our magnificent lakefront park that stretches the length of the city, Chicago has only 11,000 acres of parks compared to 30,000 acres in LA, and 37,000 in New York.

CAF will continue to address important local issues with the presentation this fall of an exhibition entitled "Learning from North Lawndale." North Lawndale is a Chicago neighborhood with a rich social, cultural and political history, which includes being the third largest Jewish community before World War II, the site of Dr. Martin Luther King's campaign for fair housing practices, and the site of riots following his death that destroyed much of the physical fabric and economic viability of the neighborhood. The exhibition will highlight the neighborhood's greystone buildings and other architecturally significant structures, as a way of bringing positive attention to a blighted area that is on the verge of residential and commercial redevelopment.

With all of our exhibitions, we include both a public programs component - including lectures and classes, and also a tour component, since architecture is something you need to get out and see! In July of 2001 we opened City Space, an orientation center for Chicago architecture. The space houses a permanent exhibit about Chicago's architectural legacy, with video presentations by renowned architects; interactive tours of the city's architecture, and everyone's favorite: a scale model of the downtown Chicago!

We also hold evening lectures and symposia of architects, planners and academics to serve as a forum for discussions on architecture and the built environment. Our goal is to educate and empower people to make informed decisions. It is important to clarify that the Chicago Architecture Foundation is not an advocacy group, and we do not take stands on issues. We provide a neutral forum for public debate. Because of that, people on both sides of an issue feel comfortable speaking at CAF, and the general public knows that they can come to us for a balanced discussion. For example, this past spring, we presented a panel discussion on rebuilding efforts in New Orleans, post-Katrina - a critically important and potentially contentious issue. The panelists, who included leading theorists and practitioners in the architecture and design fields, offered diverse and impassioned points of view to a packed lecture hall.

Last year, we took an important new step, introducing to Chicago a new award titled "Patron of the Year." The award recognizes the important role Patrons play in good design and to honor those who commission innovative architecture. "Good architecture requires more than a good architect. It requires a great client and a risk-taker." In addition we have started a lecture series called the Hem Gupta Lecture Series, which features world renowned architects such as Thom Mayne, a recent Pritzker Prize winner.

Since our inception, CAF has had educational programs for children and youth, recognizing that educating the next generation about architecture is vital to the future of the built environment. We began by offering field trip programs of guided tours for students in grades K-12.

In 2002, after three years of research and writing by highly qualified program staff, we published a K-8 curriculum that draws upon architecture and design to teach core academic subjects, including math, science, social science, language arts and fine arts, according to local academic standards. The book has won four important awards. More than 1,100 copies have been sold and the curriculum being used by teachers across the U.S. and in six other countries.

We also conduct professional development workshops for teachers where teachers learn how to integrate the built environment into their classroom lessons. What is important is that we teach students the vocabulary of architecture at a young age, and how to "read" the buildings that surround

them every day.

In partnership - again, emphasis on partnership - with the Chicago Public Schools, we offer high school students and teachers an annual study program and architecture competition. Each fall, we offer workshops on computer design, drawing, and model building, and in the second half of the school years, students prepare to enter a design competition. More than 1,400 students participate in the program each year. Students who win top prizes in the competition are offered paid summer internships in architectural firms. It is a very exciting program because it prepares students for the architecture and design professions, provides mentoring relationships, and changes students' lives. Most recently, we have expanded our partnership with the Chicago Public Schools to create a new High School Architecture Curriculum that will change the way that architecture and design are taught throughout Chicago public high schools. The new curriculum will give students a broad understanding of architecture and design and better prepare them for college entry. The curriculum is the first of its kind in the country.

We also offer educational courses for adults (Slide of lecture hall class # 50) both downtown at our facility and in the northern suburbs. These are offered in four week course sessions, one per week on various subjects including "Preservation and Development: The Delicate Balance"; "Top Ten Architects of the Twentieth Century" and "Architecture Vocabulary." From September to June we offer free Wednesday Lunchtime lectures on various topics - from new Chicago buildings; City Planning issues to the renovation of Frank Lloyd Wright's Taliesin East.

CAF supports itself through revenues from our tours (3.5 M) and our store (1.8M) and fundraising. Our Shop and Tour Center, which I hope you all support when you come to Chicago, specializes in gifts and books related to architecture and design and special Chicago merchandise and as I mentioned before serves as the box office for our tours. Over the years we have developed our own branded gift items and a number of architectural books.

As with most American institutions, government funding is minimal. We also raise funds through events such as our annual gala which attracts 1,000 members of the Chicago real estate and architecture community, corporate sponsorship and individual gifts. We are a membership organization and have 8,300 members. Foundation governance is supervised by a 40-member volunteer Board of Trustees, made up of architects, developers, contractors, corporate heads and interested community members.

The organization is a very dynamic one. We have more than doubled in size in the last 9 years. . Clearly, there is a growing interest in architecture - in our local communities and also as a cultural attraction for tourists. So much so that this past year the State of Illinois gave CAF funding for a feasibility study to research establishing a state-of-the-art architecture center. We are currently exploring what an architecture center for the 21st century looks like. There are many possibilities for CAF to become further integrated into the fabric of the city and address local interests, while continuing to be a draw for visitors seeking a unique cultural experience.

The architecture center movement in the U.S. is relatively young. The other important, public service organizations that address the built environment include:

- Center for Architecture, (Slide #55) opened by the New York Chapter of the American Institute of Architects to foster collaboration among professionals and the general public, through workshops, meetings and symposia, to revitalize the neighborhood of lower Manhattan;
- Rice Design Alliance, an adjunct of Rice University's Rice School of Architecture, which also presents civic forums to address current issues, publishes a quarterly journal, hosts design competitions, and provides research grants;
- Municipal Arts Society of New York, which leads efforts to preserve important architectural landmarks, develops policy statements about planning issues and provides assistance for community revitalization campaigns;
- SPUR (San Francisco Planning and Urban Research Association), a public policy think-tank that promotes good planning through research, public education and advocacy.

While many organizations in our country work to promote education and excellence in the built environment, CAF alone offers a broad range of architecture tours, exhibitions, lectures, youth and adult education programs for the general public. And because CAF was the first organization of its kind in the U.S., we have been approached by groups in cities as diverse as Seattle, Washington, in the northwest U.S., New York City and St. Louis, Missouri - in America's Midwest heartland - to assist them in developing architecture centers. We provided guidance for creating a new center, the Australian Architecture Association, in Sydney, Australia and, more recently, received a request for assistance from Seoul, Korea.

As the movement of architecture centers and urban centers is gaining momentum throughout the world, CAF is also increasingly recognized as a leader and a model. In response, we are currently developing a strategy for the formation of the "Association of Architecture Organizations" - a working title. The Association, which will embrace urban centers, will assist the many groups that



The John Buck Company Lecture Hall Gallery



Structure Class



Newhouse Program and Architecture Competition



Shop & Tour Center

are starting up, and those already established, helping to create a dialogue for public education and discussion of the built environment.

In addition, we have formed a partnership with the American Architectural Foundation to start the Architecture and Design Education Network. The purpose of A+DEN, which is based at CAF, is to raise national and international discussion, about design education. We are committed to improving the quality of design education, where it exists, and to bringing education about the built environment to communities throughout the country. We will be hosting a conference in Chicago in October to provide opportunities for architecture and design educators from around the world to share their experiences and successes, and to discuss ideas for shaping and promoting design education.

In the 20th century, the great institutions of our cities were institutions of art and science. With the rise in urban life, our built environment has now become our natural environment, and the role of the built environment in creating vital and sustainable communities is as compelling today as the role of art and science was a century ago. We are standing at a new crossroads, with a vision of the 21st century as the century of the urban center.

Urban Center Metropolitan di Torino

Il nuovo Urban Center Metropolitan di Torino nasce in un contesto particolarmente ricco di esperienze di comunicazione e partecipazione, già attivate da diversi soggetti da alcuni anni. Per tracciare una mappa delle principali esperienze, dobbiamo partire dal 1998 quando nasce il Progetto Speciale Comunicazione che diventa nel 2002 organo ordinario della Città col nome di Settore Comunicazione.

Il Settore Comunicazione coordina numerosi progetti di comunicazione delle trasformazioni urbane mettendo in campo strumenti diversi e originali (cfr. comunicazione del Passante ferroviario). Nel 2002 nasce il primo urban center di Torino, Officina Città Torino (OCT), settore specialistico dell'area Urbanistica del Comune di Torino. L'idea era già presente nel primo Piano Strategico della città (approvato nel 2000) e il primo studio di fattibilità per l'urban center viene effettuato tra il 2000 e il 2001. La sua attività si svolge tra il 2002 e il 2005 configurandosi essenzialmente come laboratorio di conoscenza, approfondimento e interpretazione della città contemporanea e del paesaggio urbano. L'idea concettuale su cui si orientano le attività è il racconto: costruire diverse modalità di racconto della città e delle trasformazioni. Principali attività e strumenti messi a punto da OCT sono in particolare:

- attività di informazione attraverso il portale www.oct.torino.it e attraverso una newsletter periodica con 3200 iscritti
- ciclo di incontri "Torino Culture per la costruzione della città"
- attività editoriale attraverso la collana Racconti Multimediali (6 titoli)
- ideazione dell'Archivio Multimediale OCT sulla città contemporanea

Alla fine 2002 Carlo Olmo, preside delle I Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino, diventa consulente del Sindaco per la qualità urbana. Inizia così un lavoro di monitoraggio dei progetti di trasformazione che interessa per esempio alcuni edifici olimpici; al prof. Olmo si affianca il prof. Antonio De Rossi e tra il 2003 e il 2005 l'attività viene gestita da OCT: si tratta di un lavoro ancora episodico e di emergenza ma che permette tuttavia di delineare le prime regole di urban planning.

2002	NASCE OFFICINA CITTA' TORINO (OCT)
FINE 2002	CARLO OLMO CITY ARCHITECT
2003	APRE ATRIUM
2003-2005	PRIME ATTIVITA' DI MONITORAGGIO DELLE TRASFORMAZIONI
LUGLIO 2005	OCT ENTRA NEL COORDINAMENTO SERVIZI MUSEALI
SETTEMBRE 2005	NASCE URBAN CENTER METROPOLITANO

Come nasce Urban center metropolitano

Nel 2003 la Città allestisce due padiglioni dedicati al racconto delle trasformazioni urbane, in vista dei Giochi olimpici del 2006. I due padiglioni di piazza Solferino, denominati Atrium Torino e Atrium 2006, sono il più ricco repertorio di modalità comunicative della città: mappe, foto, modelli, video, power point, etc.

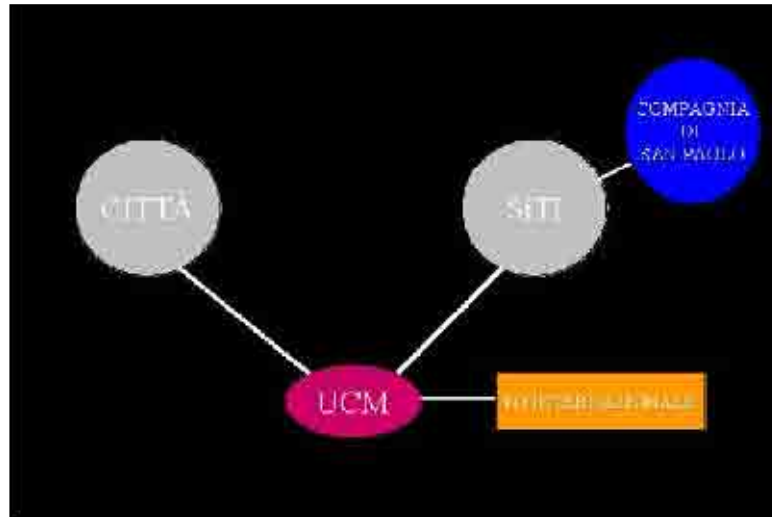
Nel luglio 2005 OCT entra nel coordinamento Servizi Museali del Comune di Torino che fa capo all'Assessorato alla Cultura e indirizza la propria attività esclusivamente su progetti culturali, abbandonando il lavoro di monitoraggio delle trasformazioni urbane.

Nel settembre 2005 viene istituito Urban Center Metropolitan.

La struttura nasce da un accordo tra tre soggetti: la Città di Torino, la Compagnia di San Paolo, tramite l'Istituto di Ricerca SiTI (Sistemi Territoriali per l'innovazione) e l'Associazione Torino Internazionale che dal 2000 promuove e comunica il Piano Strategico.

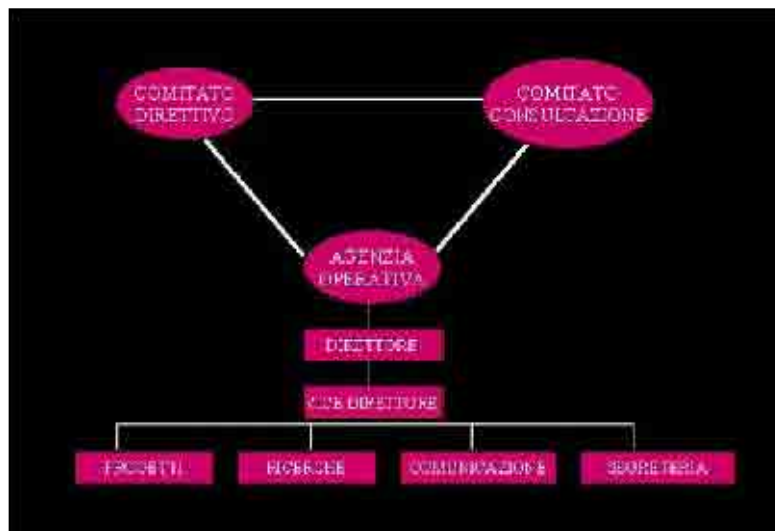
Per i primi tre anni UCM ha un finanziamento per metà pubblico (Città di Torino) e per metà privato (Compagnia di San Paolo tramite SiTI). Questa doppia natura è considerata fondamentale per garantire alla struttura una sua indipendenza, soprattutto intellettuale, nodo cruciale per lo svolgimento della sua principale attività di monitoraggio dei progetti. Si tratta di un periodo di prova per capire

se questo tipo di struttura funziona, come si possono trovare altre forme di finanziamento e come l'urban center può via via divenire una struttura realmente autonoma.



Urban center metropolitano - La struttura

La struttura è composta da un comitato direttivo, un comitato di consultazione e un'agenzia operativa. Il comitato di consultazione si riunisce ogni due mesi ed è formato non solo da esperti di pianificazione e problemi urbani ma anche da operatori della comunicazione, costruttori, etc. L'obiettivo è quello di confrontarsi periodicamente con soggetti portatori di interessi diversi, offrendo così alla struttura una pluralità di sguardi critici. L'agenzia operativa è formata da un direttore (Carlo Olmo), un vice direttore e sei architetti che seguono le diverse attività della struttura. L'attività di Urban Center Metropolitano segue due principali filoni: da un lato l'attività di monitoraggio dei progetti e ricerca intorno a temi di trasformazione strategici; dall'altro l'attività di comunicazione e promozione della città e delle sue trasformazioni. Il primo filone di attività, in particolare, distingue l'urban center torinese dalle altre esperienze di urban center in Italia, accomunandolo a una tradizione che trova esempi soprattutto in ambito anglosassone.



Urban center metropolitano - L'organigramma

L'attività di accompagnamento dei progetti consiste nel monitoraggio e supporto alla progettazione per interventi che interessano aree o edifici di rilevante valore storico, architettonico o urbano. I casi seguiti finora riguardano essenzialmente progetti di riconversione di aree industriali che il Piano Regolatore indica come aree di trasformazione, non specificando particolari vincoli di conservazione. Il caso di accompagnamento dell'area Lancia, nel quartiere San Paolo di Torino, è paradigmatico di questo tipo di lavoro. Si tratta di un'area di circa 60.000 mq, costituita da una serie di strutture industriali che si sono via via stratificate nel tempo, a partire da un nucleo originario del 1910. Anche se i singoli manufatti non presentano particolari caratteristiche di pregio architettonico, la morfologia del lotto industriale è invece estremamente interessante: una struttura a recinto, fortemente chiusa verso la città, con al suo interno un vero e proprio tessuto industriale, fatto di maniche giustapposte che generano vie, percorsi, spazi. Su questi aspetti soprattutto, su ciò che potremmo definire la "matrice insediativa" dell'area, insiste il lavoro di UCM.

Semplificando la cronistoria di un lavoro che, nel caso di Lancia, si è svolto a partire dal mese di novembre 2005 e che a tutt'oggi non è ancora concluso, possiamo distinguere alcune fasi principali:

il PRGC destina l'ambito Lancia ad area di trasformazione, con un indice territoriale massimo di 0.7 (mq SLP/mqST) distribuito all'80% a residenza e al 20% a ASPI (Attività di servizio alle persone e alle imprese).

Un promotore immobiliare acquisisce l'area e incarica uno studio di progettazione di realizzare un primo studio di fattibilità: la proposta prevede una totale demolizione delle preesistenze e la realizzazione di una nuova edificazione composta da quattro corpi a C aperti verso il perimetro del lotto e disposti simmetricamente rispetto a un asse centrale pedonale che attraversa il lotto longitudinalmente.

L'Assessorato all'Urbanistica coinvolge UCM per l'accompagnamento del progetto con l'obiettivo di fornire indicazioni di tipo morfologico; ovviamente il lavoro, estremamente delicato, avviene attraverso incontri e riunioni che mettono attorno a un tavolo tutti gli attori coinvolti nella trasformazione: la Città, l'urban center, i promotori immobiliari, i progettisti.

Le indicazioni fornite da UCM e presentate in diversi elaborati sono finalizzate alla conservazione dell'impianto insediativo esistente, nella porzione sud del lotto e alla concentrazione della nuova edificazione nella porzione nord.

I progettisti recepiscono buona parte delle indicazioni di UCM ed ottengono, a fronte della conservazione dei manufatti, un aumento dell'indice di cubatura dell'area.

Abbiamo sintetizzato in poche parole un processo in realtà estremamente tortuoso, fatto di piccole conquiste, e, ovviamente, continui compromessi.

E' qui che si gioca la grande scommessa culturale di UCM, il tentativo cioè di costruire una committenza, "educandola" alla qualità dei processi di costruzione della città. Si tratta, in questa prima fase, di una committenza pubblica - l'Assessorato all'Urbanistica- ma l'obiettivo è senz'altro quello di acquisire via via altri committenti, anche privati, man mano che il progetto culturale di costruzione delle trasformazioni viene recepito e accolto dagli attori della città.

UCM sta attualmente seguendo sei progetti di questo tipo, tutti nella fase di studio di fattibilità.

Accanto a questi progetti UCM segue anche due ricerche su aree di trasformazione considerate strategiche per la città e per il territorio metropolitano. Questo tipo di lavoro è direttamente connesso alle linee di azione del Piano Strategico, attualmente in fase di revisione, ed esplica bene la volontà di UCM di essere un urban center di area metropolitana e non solo limitato alla dimensione comunale.

Accanto a questo tipo di lavoro che, come abbiamo detto, connota fortemente la nostra struttura rispetto agli altri urban center, UCM sta avviando una serie di attività di comunicazione della città e delle trasformazioni in vista soprattutto di un appuntamento importante con cui Torino e UCM in particolare dovranno confrontarsi: il congresso mondiale dell'UIA del 2008.

In un contesto ricco, come abbiamo detto, di esperienze di comunicazione delle trasformazioni più o meno riuscite, UCM sta costruendo una propria strategia comunicativa che sia capace di affiancare da un lato i linguaggi esistenti, destinati al grande pubblico, e allo stesso tempo di scommettere su linguaggi nuovi, più complessi e con diversi livelli di discorso. Su queste ipotesi si basano le idee guida elaborate per il riallestimento di Atrium come padiglione espositivo di Urban Center Metropolitano, che dovrebbe realizzarsi tra la fine del 2006 e l'inizio del 2007.



Area Lancia - Ipotesi di schema morfologico 1



Area Lancia - Ipotesi di schema morfologico 2



Area Lancia - Ipotesi di schema morfologico 5

Dominique Alba - Directrice Générale du Pavillon de l'arsenal - Paris

Pavillon de l'arsenal

Testi estratti dalla presentazione di Dominique Alba alla giornata di studi

Paris - Quelques chiffres

105 km² / 2 millions d'habitants / 20 000 habitants au km² / 1,3 millions de logements / 15 millions de m² de bureaux / 1250 écoles collèges lycées / plus de 1000 équipements sportifs, culturels, sociaux, de santé / 40 opérations d'aménagement / 26 millions de touristes par an / 100 marchés de maîtrise d'œuvre public par an / au cœur de la région Ile de France 12 millions d'habitants.

Les structures qui parlent de architecture et d'urbanisme a Paris

LA DIRECTION DE L'URBANISME

Le règlement , le PLU

LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION

Les questionnaires

LA DIRECTION DU PATRIMOINE ET DE L'ARCHITECTURE

La commande

LE CAUE de PARIS

(Conseil en architecture, urbanisme et environnement)

ATELIER VILLE

L'information dans les opérations d'aménagement

Les ASSOCIATIONS (pus de 600)

L' APUR

Atelier parisien d'urbanisme

LE PAVILLON DE L'ARSENAL

Centre d'information, de documentation et d'exposition d'urbanisme et d'architecture de la Ville de Paris

+ la Cité de l'Architecture et du Patrimoine + la Maison de l'Architecture + la Galerie d'architecture

Présentation générale

Association à but culturel et éducatif qui a pour objet de proposer au public parisien, aux touristes français et étrangers, aux professionnels, un centre d'information, de documentation et d'exposition de l'histoire récente et de l'actualité de l'urbanisme et de l'architecture à Paris. Le Pavillon de l'Arsenal a également une mission de soutien pour la qualité et la création architecturale.

DONNÉES :

Association 1901

Une équipe de 17 personnes (50 % architectes)

150 000 visiteurs par an

accès libre et gratuit

OUTILS :

Une exposition permanente

Des expositions temporaires et d'actualité

Des éditions

Un centre de documentation

Des conférences, débats et visites

Un salon vidéo

Une boutique

Un site internet

CIBLE :

Tous les publics

Centre ressource pour les autres services , publics ou privés

BUDGET :

2.8 millions d'euros

70% la ville de Paris

20% les sociétés d'aménagement et de construction

10% de ressources propres

plus des partenariats par projet

La Mission: Montrer / Echanger / Diffuser

MONTRER

Une « BELLE ARCHITECTURE » pour PARIS au XXI ème siècle

DÉVELOPPEMENT DURABLE / NON STANDARD

ECHANGER

Un lieu d'échanges libres, démocratiques et éclectiques

Concertation, participation : La prise en compte de la parole de tous est la nouvelle donne

DIFFUSER

Presse /Editer / Faire circuler

Une année de programmation (2005)

160 000 visiteurs

Exposition permanente « Paris, Visite guidée »

actions en continu renouvellement de la partie actualité tous les trois ans

Expositions temporaires (600 M2)

« Nouveaux Paris - La ville et ses possibles »

« Workshop Batignolles »

« Aménager Paris »

Galleries d'actualités (150 M2)

- 4 concours Paris Rive Gauche

- Consultation internationale pour la reconversion des magasins généraux

- Coopération Paris Rome Pekin

- Concours pour 458 logements

- Concours pour Six nouveaux équipements à Paris

- Maison du plu

- Les enfants rêvent leur école

Conférences / colloques

9 conférences organisées et 19 conférences accueillies

Edition

3 ouvrages

- Nouveaux Paris - La ville et ses possibles

Workshop Batignolles

- Aménager Paris

2 rééditions

Paris - Haussmann

Paris des Faubourgs

Autres activités

- 128 visites guidées d'exposition

- 5 visites de bâtiments

- Salon vidéo - 2000 films sur Paris en libre accès
Centre de documentation 25 personnes / jour
- Bar a journaux / Café / Boutique
- Exposition de travaux de scolaires des autres institutions
- Soutien à des actions hors les murs
- Participation à l'opération Vivre sa Ville lancée par le Ministère de la culture

Visibilité

12 télévisions
8 radios
425 articles de presse (dans 139 titres différents)
48 sites internet

200 000 visiteurs sur le site internet
10 000 personnes informées par mailing à chaque événement

POINTS FAIBLES

- 1/ le lieu mal situé
- 2/ la quantité de sujets et la taille de l'institution , la forme des partenariats
- 3/ le manque de visiteurs touristiques
- 4/ le coût des outils de communications

POINTS FORTS

- 1/Un objectif et une stratégie
COMMUNIQUER UNE POLITIQUE URBAINE & ARCHITECTURALE
La montrer, l'expliquer , aider à la produire
La qualifier pour que l'objectif de qualité soit indispensable et la culture partagée
(point particulier du pavillon la scénographie d'architecte et les commissaires extérieurs)
- 2/ une équipe, une confiance, une liberté
- 3/ une diversité d'actions
- 4/ un lieu
- 5/ une politique de communication forte

La Casa della Città: resoconto di un esperimento

L'esperienza degli "urban centers" sta all'incrocio fra le politiche simboliche (come, in parte, sono quelle culturali e della comunicazione) e quelle istituzionali (come quella urbanistica). Questo rapporto tra politiche simboliche e istituzionali pone il problema della coerenza fra l'immagine della città che le amministrazioni rappresentano e quella che ne hanno i suoi abitanti. Uno scarto troppo forte fra le due immagini separa cittadini e istituzioni: questo è il problema di fondo del lavoro di un "urban center" e ispira il nostro modo d'intendere la comunicazione dell'urbanistica, che proverò a raccontare sommariamente.

Che cosa è la Casa della Città? È una struttura del Dipartimento pianificazione urbanistica del Comune di Napoli, voluta, nel '96, dal Sindaco Antonio Bassolino, con il compito di comunicare la politica urbanistica dell'amministrazione, che, nel 2004, ha portato alla formazione di un nuovo piano regolatore, alla cui attuazione oggi si lavora.

Descritte in estrema sintesi, le attività di base della Casa della Città consistono in: informazione ai cittadini, anche mediante uno sportello informativo faccia-a-faccia e, a distanza, tramite "Urbana", le proprie pagine web; documentazione, con la raccolta di testi, atti, carte, foto, video e altri materiali, in parte accessibili anche via internet.

A questi due settori fondamentali si affiancano produzioni multimediali, cioè pubblicazioni su supporti magnetici e a stampa, mostre e video-documentari.

Queste attività sono anche strumentali a iniziative di conoscenza e cura della città, promosse direttamente o da altri soggetti (associazioni, scuole e organismi di quartiere, enti e uffici pubblici): dai laboratori di progettazione simulata con scuole e gruppi giovanili alle mostre documentarie sul verde urbano, e altro ancora. Insomma, con un po' d'immaginazione si promuove ogni possibile collaborazione con altri soggetti per promuovere conoscenza e cura della città, utilizzando mezzi, linguaggi e occasioni d'incontro di vario tipo pur di soddisfare domande sociali e culturali nuove e comunque non istituzionali.

Queste attività e servizi non corrispondono a un modello predefinito –l'urban center, ammesso che costituisca un modello- piuttosto, si definiscono e combinano fra di loro in rapporto agli impegni di lavoro, alle domande di utenti e altri interlocutori, ai mestieri nuovi che impariamo, alla disponibilità di mezzi. Insomma, preferiamo presentarci onestamente come un laboratorio di sperimentazione, dove si procede più con immaginazione e capacità d'adattamento che con un programma predefinito. Più che una scelta è una condizione di fatto.

Questa struttura si è formata, perciò, non per modelli precostituiti ma nel corso dell'esperienza, che può essere utile ripercorrere sinteticamente.

Il contesto di politica urbanistica. Fra ottobre '94 e gennaio '96, si fissano indirizzi generali per il nuovo Prg e si adottano le prime varianti, e in tale contesto matura la scelta di costruire una struttura dedicata alla documentazione e pubblicizzazione del processo di pianificazione. La struttura assume il nome di Casa della Città, un nome che già nei decenni precedenti aveva fatto da titolo a progetti simili coltivati dalla cultura urbanistica più impegnata nella vita civile. Il nome, almeno per assonanza, evoca l'idea di un luogo dove si promuove l'incontro fra cittadini e culture o politiche altrimenti separate, dove questa possibilità d'incontro si attua essenzialmente mediante l'informazione e la discussione. L'idea è di un luogo effettivo, ovvero un edificio attrezzato a questo scopo e aperto all'uso pubblico, con ambienti espositivi e sale di riunione, oltre a uffici, archivi e laboratori.

La costruzione. Concepita l'idea, fatta la scelta, individuata la sede, dall'ottobre '96 inizia una fase non breve dedicata all'allestimento della struttura e alla progettazione delle attività. L'attenzione, in questa fase, è rivolta alla costruzione del consenso intorno alle scelte strategiche della pianificazione, che avviene con un'attività non facilmente sintetizzabile, svolta nelle sedi politiche e associative, oltre che per la mediazione dei media: incontri con le rappresentanze di quartieri e categorie sociali che sostanziano il lavoro di mediazione indispensabile all'elaborazione degli strumenti di piano.

Poi, prima ancora dell'inaugurazione ufficiale, "a cantiere aperto", s'inizia a sperimentare attività. La novità del servizio istituito orienta il lavoro alla ricerca di possibili utenti, e questo si presenta come uno dei casi tipici in cui è necessario sollecitare la domanda, recependone le istanze.

In questa ricerca, si mostra da subito interessante il rapporto con le scuole e i quartieri. A questo





Maggio 1998, incontro mostra "Maggio della Città": presentazione dei lavori d'indagine e proposta sulla città fatti da studenti delle scuole in collaborazione con la Casa della Città



Maggio 1998, incontro mostra "Maggio della Città": presentazione dei lavori d'indagine e proposta sulla città fatti da studenti delle scuole in collaborazione con la Casa della Città



Giugno 1999, manifestazione "La campagna in città": incontro conclusivo (convegno, mostra-mercato e concerto) sulla promozione dell'agricoltura urbana, curato da Casa della Città con l'Associazione Fondi Rustici



Maggio 2000, rassegna "Altro che ghisal": mostra conclusiva del laboratorio di "riciclarTE" nella centrale Enel curata dall'Associazione ArteFatto in collaborazione con la Casa della Città



Maggio 2000, rassegna "Altro che ghisal": mostra conclusiva del laboratorio di "riciclarTE" nella centrale Enel curata dall'Associazione ArteFatto in collaborazione con la Casa della Città

proposito, vale la pena richiamare l'attenzione su un'esperienza che a Napoli ha legato in un nesso inedito e fertile scuola e città. E' l'esperienza ideata e promossa, nel '92, dalla fondazione Napoli 99 in collaborazione con le scuole e, poi, dal '95, assunta dal Comune. Il meccanismo è semplice: ogni scuola adotta un monumento dedicando a esso lavori di ricerca, poi lo mostra alla cittadinanza in visite guidate nelle domeniche di maggio. Ne è risultata una partecipazione popolare imprevedibilmente ampia, facendo delle scuole il luogo dove ha più radici la passione per la conoscenza e la cura della città e della sua storia.

La Casa della Città interviene in questa esperienza contribuendo a rivolgere l'attenzione anche a luoghi e problemi contemporanei: l'ambiente, la mobilità, l'attrezzatura dei quartieri e così via. Per questo, offre i documenti e l'aiuto necessario ai lavori di studenti e insegnanti, che, al termine, sono esposti in una mostra cittadina. L'iniziativa assume il nome di Maggio della Città e, il 23/24 maggio '98, costituisce la prima manifestazione pubblica della struttura, subito dopo la sua inaugurazione ufficiale. Vi partecipano scuole e altri soggetti, per lo più associazioni d'impegno sociale e ambientale nei quartieri.

Nell'incontro-mostra –così viene definito- accanto all'esposizione sullo stato della pianificazione urbanistica, sono messi a confronto i punti di vista di soggetti interessati a conoscenza, cura e trasformazioni della città: dall'urbanista, alle scuole, all'impresa privata, all'artista, facendo interagire cioè diversi punti di vista e modi di rappresentazione.

Il Maggio della Città, replicato anche nel 1999 e, negli anni successivi, in ricorrenti iniziative a carattere puntuale, diventa l'occasione per immaginare le possibilità aperte dall'interazione fra gli attori delle trasformazioni urbane e parti di cittadinanza. L'esperimento suggerisce di intendere la comunicazione, oltre che per la costruzione del consenso, anche nel verso dell'interazione sociale o comunque dell'attivazione di soggetti delle trasformazioni e, in questo senso, assume un valore simbolico.

La comunicazione del Prg (2001-2005). Con l'adozione, a febbraio 2001, della variante generale al piano regolatore, che integra le due varianti già approvate nel '98 (quelle di salvaguardia e per Bagnoli), si apre un'ulteriore stagione di lavoro. Si tratta di promuovere l'attuazione di strumenti di concezione nuova, rispetto alla disciplina urbanistica vigente a Napoli, fra l'altro perché affidata per lo più a interventi diretti, salvo che per gli ambiti rinviati a un ulteriore livello di pianificazione per la complessità della loro trasformazione (come l'area dismessa di Bagnoli).

La questione principale diventa come concorrere a mobilitare gli attori di un processo di piano nella fase della sua attuazione e viene affrontata prevedendo un'azione combinata di informazione e promozione.

Del lavoro svolto, oltre i consueti obblighi di pubblicizzazione assolti in vari modi (fra l'altro una mostra permanente, in continuo aggiornamento), vale la pena citare l'apertura dello sportello urbanistico, mediante il quale viene offerto ai cittadini un servizio informativo faccia-a-faccia e a distanza, ovvero descrizione dei problemi, individuazione dei luoghi, interpretazione delle norme, discussione, raccolta di osservazioni e proposte et cetera. Fra l'altro, lo sportello ha attribuito senso quotidiano, oltre le occasioni di mostre e convegni, alla sede della Casa della Città.

A proposito di sede, nel frattempo la struttura si è trasferita per unirsi agli altri uffici del Dipartimento Urbanistica; gli spazi sono più ristretti, ma resta la prospettiva di concepirne uno nuovo, unito ad altre funzioni, come, per esempio, è nel caso di questo di Venezia.

Questa circostanza è stata colta anche come l'occasione per valorizzare le proiezioni esterne del lavoro: tramite "urbana" le nostre pagine web, le più visitate fra quelle del sito internet del Comune di Napoli, e con la preminenza data al lavoro sul campo, svolto nelle zone cruciali delle trasformazioni urbane.

Con "urbana" (acronimo di urbanistica napoli) ci siamo posti l'obiettivo di incrementare l'accessibilità a provvedimenti e documenti urbanistici, fino a sperimentare procedure a distanza, come la certificazione. Ciò nella convinzione che la più ampia circolazione delle informazioni è condizione necessaria per ristabilire un rapporto fra urbanistica e democrazia.

Il lavoro sul campo appartiene al nostro stile di lavoro dall'inizio, applicato con iniziative di vario tipo a diversi temi e luoghi delle trasformazioni: le aree dismesse e il loro recupero, la condizione urbana delle periferie, fino alla riscoperta della campagna in città, et cetera.

Nell'ultimo anno abbiamo sperimentato un processo di consultazione locale e progettazione partecipata, che sommariamente provo a descrivere per una considerazione finale sull'obiettivo che andrebbe posto a queste strutture -"urban center" e "case della città": ristabilire, ripeto, un rapporto felice tra urbanistica e democrazia.

Questa sperimentazione -in corso dal maggio 2005, e per la quale ci avvaliamo della consulenza di "Avventura Urbana", che ha elaborato il progetto di lavoro e ci affianca nella sua esecuzione- si applica alla trasformazione di un tratto della costa cittadina, corrispondente alla zona industriale storica e oggi in riconversione verso nuovi usi, con un rilevante porto turistico.

Interventi di questo tipo spesso si sovrappongono a luoghi e abitanti, suscitano aspettative e determinano conflitti. È almeno saggio che siano accompagnati da un processo di partecipazione, con l'ambizione di un rapporto più felice, meno sofferto, fra trasformazioni, luoghi e abitanti. Un'ambizione che la buona architettura coltiva ma una buona democrazia può garantire. In breve, obiettivo di questo lavoro è stimolare gli abitanti del territorio interessato a esprimere domande, critiche, proposte, i loro punti di vista, comunque espressi, sull'intervento che consiste nella risistemazione della linea ferroviaria costiera, e nella riqualificazione delle aree circostanti il nuovo porto turistico.

Dopo un'indagine svolta sul campo per assumere direttamente dalla comunità locale conoscenza e senso dei luoghi, abbiamo costruito d'intesa con gli organismi del quartiere una convenzione pubblica cui sono stati invitati tutti i cittadini di San Giovanni a Teduccio, così si chiama il quartiere. Preceduto da un'intesa preparatoria, si è poi tenuto l'incontro; ai numerosi partecipanti è stata posta la domanda cui il progetto urbanistico deve rispondere: "come riconquistare il rapporto col mare per far vivere San Giovanni?". In sostanza, gli abitanti sono stati chiamati a un'autonoma istruttoria del problema, con la possibilità di avanzare proprie soluzioni, che l'amministrazione assume, facendosi obbligo a motivare le proprie scelte, che siano o meno coerenti con le proposte avanzate. La morale di questo rapporto cittadini-istituzioni consiste in una reciproca assunzione di responsabilità. "Avventura Urbana", che ha progettato questo processo, ha impostato un metodo finalizzato a combinare un'ampia partecipazione con la capacità d'approfondimento tipica del lavoro di piccoli gruppi. Per esempio, a questo incontro –definito Ost, acronimo di "open space technology"– sono intervenuti quasi duecento cittadini che hanno lavorato, nel corso di una giornata, in tre sessioni di riunioni di gruppo alternate a tre assemblee plenarie. Ne è risultato un rapporto finale che, al termine, è stato consegnato agli amministratori comunali.

La sperimentazione, proseguita con altri incontri focalizzati su argomenti specifici e che fa' capo a un Laboratorio permanente aperto nel quartiere, è tuttora in svolgimento, mancando l'esito che gli è essenziale: la risposta dell'amministrazione a proposte, domande, critiche e ogni altra idea avanzata dai cittadini. Questi, a loro volta, attendono una risposta credibile, che espliciti con trasparenza i termini del problema e le possibilità di soluzione, non necessariamente esaustivi delle domande.

A un primo bilancio, si è dimostrato che è possibile sviluppare un processo partecipativo su trasformazioni urbane anche complesse. Si è appreso anche che condizione di successo è la credibilità dell'interazione fra istituzioni e cittadini, di cui la comunicazione costituisce elemento costitutivo, non aggiuntivo.

Detto semplicemente, se comunicare vuol dire mettere in comune, questa relazione è fatta di ascolto come di discorso e rappresentazione, e soprattutto deve far riferimento a un'immagine condivisa della città e dei suoi problemi, pur restando l'irriducibile molteplicità delle soluzioni.

Quando vi è uno scarto troppo forte fra l'immagine della città così come noi la presentiamo e quella percepita dai suoi abitanti, la comunicazione è destinata a fallire. Mentre, la sua onesta chiarezza può aiutare quel rapporto di fiducia reciproca fra istituzioni e cittadini, che sarebbe bello fosse costitutivo delle nostre città. Ma che in questo ci si riesca è un altro discorso.



Gennaio 2006, open space technology a San Giovanni a Teduccio (Napoli): l'incontro conclusivo delle attività di consultazione locale su un "programma innovativo in ambito urbano", progettate da Avventura Urbana e realizzate con la Casa della Città



Gennaio 2006, open space technology a San Giovanni a Teduccio (Napoli): l'incontro conclusivo delle attività di consultazione locale su un "programma innovativo in ambito urbano", progettate da Avventura Urbana e realizzate con la Casa della Città



Marzo 2006, Laboratorio Piau San Giovanni a Teduccio: incontro di progettazione partecipata con abitanti e operatori locali, progettato da Avventura Urbana e realizzato con la Casa della Città

Comunicare le trasformazioni del territorio

Questa prima riflessione sulla comunicazione intorno ai temi del territorio prende le mosse dalla mia esperienza di lavoro sul progetto di Urban Center di Bologna. Pensato e realizzato in origine come spazio informativo ed espositivo sui progetti per la città, l'Urban Center di Bologna sta attraversando una fase di trasformazione che lo porterà a diventare luogo di dialogo e confronto sulle scelte che riguardano l'evoluzione della città e del territorio, accentuando l'aspetto partecipativo. Una premessa indispensabile all'approfondimento di questo argomento riguarda l'uso del termine "comunicazione", che identifica molti fenomeni, anche molto diversi tra loro, e che può creare equivoci. Qui possiamo circoscrivere l'indagine a due accezioni del termine: la comunicazione come servizio di informazione e la comunicazione come promozione. Comunicare le trasformazioni del territorio, perciò, consiste sia nel costruire un sistema di comunicazione tra chi sovrintende ai processi di trasformazione e chi vive il territorio, sia nel progettare una strategia di promozione del sistema territoriale (così come di singoli progetti e, molto importante, degli stessi servizi di comunicazione). L'Urban Center può svolgere un ruolo rilevante in entrambi i casi.

Secondo la mia esperienza la migliore comunicazione nasce dalla collaborazione tra competenze diverse, tra chi possiede la conoscenza dei contenuti da trasmettere (i professionisti dei settori oggetto della comunicazione) e chi possiede la conoscenza dei linguaggi e delle tecniche di trasmissione (i professionisti della comunicazione).

I professionisti della comunicazione non hanno una conoscenza tecnica dei contenuti da comunicare, ma sono competenti nell'analisi delle esigenze degli attori dei processi di comunicazione, nelle tecniche di elaborazione dei contenuti e dei mezzi espressivi e nella scelta degli strumenti più appropriati. Guardare a questa materia dalla prospettiva della comunicazione pubblica significa riconoscere che tanto i contenuti da comunicare quanto i mezzi con cui li si comunica devono essere orientati alla migliore comprensione da parte dell'utente/cittadino, tenendo conto dei suoi bisogni e, soprattutto, delle sue competenze.

La comunicazione della Pubblica Amministrazione (PA) si configura in primo luogo come un impegno a condividere con i cittadini i contenuti dell'attività amministrativa che hanno un impatto diretto sulla vita quotidiana di ciascuno. In secondo luogo, tale impegno si concretizza in azioni e strumenti capaci di avviare, mantenere e migliorare tale condivisione. Sotteso a queste pratiche sta un nuovo modello di relazione tra la PA e i cittadini: non più fondato sulla distanza, su una relazione gerarchica e sulla inaccessibilità delle informazioni, ma anzi sulla vicinanza, sulla trasparenza, su una auspicata reciprocità di diritti e doveri, in sostanza su una più reale democrazia fondata sulla partecipazione di tutti alla gestione della cosa pubblica.

Fare comunicazione intorno ai temi dello sviluppo territoriale (urbanistica, ambiente, infrastrutture, mobilità, architettura) è tanto importante quanto difficile. Importante perché investe un settore di attività molto ampio e articolato che ha un impatto quotidiano notevole sulla vita dei cittadini. Difficile perché i contenuti da condividere sono complessi e complesso è il linguaggio nel quale sono formulati alla fonte.

Inoltre, laddove "comunicare" oggi è un imperativo passepartout che non sempre esprime una reale necessità di contatto e scambio di informazioni, e, di conseguenza, non sempre si traduce in un arricchimento reciproco dal punto di vista relazionale e dell'aumento di conoscenza, nel caso in esame l'attività del comunicare pare rispondere ad esigenze concrete e si configura perciò come un'attività in grado di influire concretamente e positivamente sull'azione della PA.

Infatti, il bisogno di comunicazione in gioco è davvero duplice: da un lato la PA ha necessità di far conoscere, di spiegare e di diffondere i contenuti del proprio lavoro progettuale e tecnico sullo sviluppo del territorio, per averne riscontro e, eventualmente, correggerlo e adattarlo alle necessità degli "utenti"; dall'altro lato i cittadini hanno necessità di conoscere e di capire tali contenuti e, più in generale, di avere un interlocutore a cui rivolgersi, per poter esprimere i propri bisogni e i propri pareri e influire concretamente sulle scelte. Questa specifica attività di comunicazione pubblica sulle trasformazioni del territorio diventa un nuovo strumento di azione a disposizione della PA, in grado di innestare un circolo virtuoso che consolida l'abitudine a comunicare e, di conseguenza, ad agire insieme, migliorando l'efficacia del lavoro della PA e il suo rapporto con i cittadini.

In un'ottica di comunicazione pubblica possiamo facilmente individuare i due poli della comunicazione: chi emette l'informazione, cioè la Pubblica Amministrazione (cui possono associarsi altri soggetti a vario titolo coinvolti nelle trasformazioni del territorio) e chi la riceve, cioè i cittadini (entità complessa scomponibile in diverse categorie). È vero che questa interazione comunicativa può evolvere verso una forma più simmetrica in cui anche chi riceve l'informazione diventa a sua volta fonte di informazione, ma il punto di partenza sembra essere per forza asimmetrico: c'è chi possiede una conoscenza e chi non la possiede, e un processo comunicativo viene attivato per trasmettere tale conoscenza.

Nel caso in esame i contenuti da comunicare sono stati prodotti, all'origine, da tecnici ed esperti secondo modalità e forme rappresentative "autoreferenziali" (senza dare al termine nessuna accezione negativa): sono materiali elaborati per diventare strumenti di lavoro o per essere trasmessi a destinatari che possiedono le medesime competenze e conoscenze di chi li ha prodotti.

Quando si vogliono rendere accessibili tali materiali a destinatari che non possiedono le stesse conoscenze degli emittenti, ma che possono essere a vario titolo interessati a quei contenuti, allora entra in gioco un problema di "traduzione", di trasformazione da un linguaggio tecnico di settore a un linguaggio non tecnico. Entrano dunque in gioco le competenze del comunicatore, che non condivide con il tecnico la conoscenza approfondita degli argomenti (assomigliando in questo al destinatario dell'informazione), ma è capace di coadiuvarlo nella operazione di trasmissione dei contenuti del suo lavoro a un non-tecnico, tramite processi di selezione, semplificazione e sintesi delle informazioni.

I contenuti in gioco pongono principalmente esigenze di selezione (mantenimento di tutte le informazioni fondamentali, eliminazione dei dettagli molto tecnici), semplificazione (traduzione dei linguaggi tecnici in linguaggi comprensibili a lettori comuni, sia sul piano dei testi che su quello delle immagini), chiarezza (organizzazione delle informazioni orientata alla lettura) e sintesi (per evitare la perdita di attenzione su argomenti con cui il lettore comune ha poca dimestichezza). L'obiettivo è quello di mantenere tutte le informazioni fondamentali per la descrizione dell'oggetto facilitandone la comprensione.

Un problema particolare posto dai contenuti inerenti alle trasformazioni del territorio riguarda la loro obsolescenza; infatti – a maggior ragione se lo scopo dichiarato della comunicazione è alzare il livello di conoscenza e consapevolezza dei cittadini per chiamarli alla condivisione delle scelte – ogni stadio della progettazione va comunicato, non soltanto l'esito finale. La comunicazione dei progetti non può permettersi di arrivare in ritardo né di fornire informazioni già superate; d'altra parte la necessità di aggiornare frequentemente i contenuti influisce sulle tecniche di comunicazione scelte per trasmetterli, dal momento che ogni modifica comporta tempi e costi diversi da mezzo a mezzo.

La maggiore o minore efficacia delle azioni di comunicazione dipende anche dalla effettiva disponibilità e dallo stato di organizzazione dei contenuti. Contenuti abbondanti e ordinati sono più facili da "trattare": un buon sistema di archiviazione e gestione dei contenuti prelude facilmente a una buona comunicazione e, in particolare, a una comunicazione dispiegata su più media. Anche in questo senso guardare al problema della comunicazione delle trasformazioni del territorio in un'ottica di comunicazione pubblica può fornire soluzioni nuove: per esempio, la comunicazione multicanale è una comunicazione pensata già all'origine per poter dispiegare su più mezzi, fissi e mobili, un contenuto archiviato ed elaborato per tale scopo.

I formati principali in cui si articolano i contenuti da trasmettere sono quello testuale e quello visivo (tavole, piante, mappe e disegni tecnici, grafici e tabelle, fotografie), declinabili in forme di comunicazione statiche o dinamiche. Entrambi pongono problemi di semplificazione e sintesi delle informazioni che veicolano.

Uno strumento di comunicazione agile ed efficace è la pubblicazione cartacea (volume, catalogo, newsletter ecc.), i cui contenuti possono essere forniti anche in formato digitale, scaricabile da Internet o su disco. Più impegnativa da realizzare (fisicamente ed economicamente) è la mostra, ovvero l'allestimento di uno spazio come può essere la sede di un Urban Center; la mostra ha il vantaggio del grande formato, cioè riporta testi e immagini su pannelli anziché su pagine, aumentandone la leggibilità (ciò che, nel caso delle mappe del territorio, migliora notevolmente la comprensione dei contenuti). In uno spazio espositivo è inoltre possibile proiettare filmati e video, esporre modelli in scala di edifici e aree della città, mettere a disposizione postazioni informatiche per la consultazione di materiali digitali, moltiplicando i supporti e le tecniche di comunicazione e diversificando così la comunicazione per utenti con abitudini e competenze di fruizione diverse, con la conseguenza di una più ampia diffusione e di una migliore comprensione dei contenuti. Per certi versi un sito web può essere considerato l'equivalente virtuale di uno spazio espositivo/informativo. Rientrano in una tipologia di pratiche comunicative appropriate al caso anche tutti i servizi di comunicazione pubblica che prevedono un sistema "botta e risposta" tra cittadino e PA: dallo sportello informativo ai forum di discussione sul web, dalla posta elettronica ai call center.

Per quanto riguarda le forme di comunicazione "dal vivo" con cui si possono comunicare i temi in oggetto, può trattarsi di incontri tra tecnici e cittadini, di passeggiate sui luoghi oggetto della trasformazione urbana, oppure di attività ludiche e artistiche organizzate al fine di avvicinare un pubblico poco interessato, "catturandolo" con qualcosa di piacevole e avvicinandolo poi agli argomenti tecnici di cui lo si vuole rendere partecipe.

La scelta delle tecniche e degli strumenti di comunicazione coinvolge molti fattori, ma deve dipendere principalmente dall'individuazione corretta del destinatario dell'attività di comunicazione. La PA, per principio, deve avere come destinatario della sua attività di comunicazione pubblica il

cittadino medio, il lettore comune, o forse addirittura il cittadino più svantaggiato e il lettore meno alfabetizzato. Poi, a seconda dei contesti e delle occasioni, deve anche preoccuparsi di target specifici, con esigenze diverse legate a competenze e bisogni diversi. Un discorso a parte riguarda i professionisti del settore di volta in volta oggetto della comunicazione, perché in questo caso si può supporre una coincidenza di conoscenze e competenze tra chi diffonde i contenuti e chi li riceve. Oggi le forme di comunicazione digitali e on-line sono molto diffuse, anche nella comunicazione della Pubblica Amministrazione, ma non sono ancora alla portata di tutti e non possono perciò costituire l'unica o la principale tecnica di comunicazione quando il destinatario è la cittadinanza in generale. Laddove approntare una comunicazione basata sulle tecnologie informatiche certamente premia l'immagine di una PA moderna e aggiornata, altrettanto certamente dà luogo a una selezione preventiva degli utenti in base alla loro maggiore o minore capacità di accesso e comprensione del messaggio (il cosiddetto digital divide), diminuendo in partenza la potenziale efficacia dell'iniziativa. Infatti, mentre si agisce per colmare il divario che esiste nelle possibilità di accesso e nelle competenze di lettura dei destinatari – non tutti ugualmente alfabetizzati sotto il profilo informatico – è corretto, quando ci si vuole indirizzare a un'utenza generica e indistinta, articolare ancora i contenuti sia secondo una comunicazione tradizionale, su supporto fisico, sia secondo una comunicazione tecnologica, su supporto virtuale/digitale.

In questo contesto – l'importanza crescente della comunicazione di pubblico interesse e l'esigenza in seno alla PA di comunicare bene il territorio e le sue trasformazioni – hanno un ruolo chiave le strutture che si stanno diffondendo in Italia allo scopo di mettere in condivisione informazioni e scelte sullo sviluppo del territorio: gli Urban Center.

Diverse per data di nascita, modelli di gestione, architettura delle sedi e modalità di comunicazione adottate, tali strutture – costituzionalmente molto legate al contesto in cui nascono – hanno in comune la funzione di catalizzatore delle energie messe in campo dalla comunità urbana per discutere collettivamente sulle trasformazioni del territorio.

Secondo alcuni punti di vista l'Urban Center è principalmente uno strumento di consulenza tecnica, centro di competenze specifiche, di studio e di realizzazione di progetti, al servizio delle istituzioni (di cui può essere un'emanazione) e di chi opera le trasformazioni del territorio; in questo senso la funzione di comunicazione è secondaria e viene di conseguenza.

Secondo altri punti di vista, invece, l'Urban Center è in primo luogo un'occasione di comunicazione, di condivisione delle informazioni che consente, sulla base di una conoscenza comune del territorio, di lavorare insieme alla sua trasformazione.

In entrambi i casi l'Urban Center acquisisce, nel tempo, competenze specifiche, diventando un centro di conoscenza in grado di coadiuvare le istituzioni nel miglioramento della propria attività, sia nel campo tecnico della progettazione che nel campo (pure tecnico!) della comunicazione.

La seconda accezione del termine comunicazione da prendere in considerazione è, come si diceva all'inizio, quella della promozione. In un'ottica di marketing territoriale le città (ma anche unità territoriali di scala inferiore o superiore) sono insiemi di valori e di risorse da promuovere; costituiscono dei sistemi in competizione tra loro e perciò – nella conclusione estrema e per certi versi azzardata di alcuni esperti – vanno trattate come marchi. Ecco allora affacciarsi la figura del comunicatore con specifiche competenze promozionali e pubblicitarie, in grado di analizzare un territorio come si analizza un prodotto e di individuarne i punti di forza che la comunicazione deve esaltare per renderlo attraente sul "mercato" degli investimenti, del turismo e così via. Ed ecco quindi le città dotarsi di un'immagine coordinata, di un piano di comunicazione, di un'attività di comunicazione non più occasionale, ma strutturale.

La PA è ancora piuttosto arretrata nella consapevolezza dei valori molteplici della comunicazione, nella capacità di individuare le esigenze e le competenze in gioco, i valori e gli obiettivi, le strategie più appropriate per raggiungere lo scopo. Spesso si ferma ad una comunicazione elementare, non strutturata e non strategica.

Il contributo che il professionista della comunicazione può offrire è non solo un aiuto nella costruzione di un servizio di comunicazione (elaborazione/semplificazione dei contenuti per un'utenza non specializzata; individuazione delle tecniche e degli strumenti di volta in volta più appropriati), ma anche un supporto nella promozione di un sistema territoriale, di singoli progetti e degli stessi servizi di comunicazione.

In conclusione, ecco alcuni punti da cui potrà partire un'analisi più approfondita. Nel quadro formato da questi presupposti si potranno sviluppare le strategie di comunicazione più appropriate e creative intorno al territorio e alle sue trasformazioni:

- inquadrare la comunicazione delle trasformazioni del territorio nei termini della comunicazione di pubblica utilità. Di conseguenza, l'argomento non deve restare confinato all'interno dei settori tecnici della PA che si occupano del territorio, ma deve essere affrontato insieme da urbanisti e comunicatori e deve essere percepito come un problema di comunicazione;

avere chiaro che cosa si vuole comunicare e perché, premessa indispensabile a una comunicazione efficace in base all'assunto per cui comunicare male è peggio che non comunicare e le idee confuse non portano a una buona comunicazione. Diventa perciò necessario organizzare i contenuti in modo da costituire un livello base dell'informazione, elementare, ma già predisposto per poter dare origine a livelli di approfondimento progressivi;

focalizzare chi è, di volta in volta, il destinatario da coinvolgere nella comunicazione e, di conseguenza, scegliere tecniche e strumenti appropriati per il migliore svolgimento dell'interazione, senza dimenticare chi è la fonte dell'informazione, ovvero la PA, che, pur nell'estrema varietà degli stili di linguaggio adottabili, è una fonte istituzionale;

darsi l'obiettivo di creare interesse, confidenza e fiducia nelle pratiche di comunicazione pubblica, in generale, e intorno al territorio, in particolare, in modo da coinvolgere efficacemente i cittadini nelle scelte che hanno un impatto diretto sulla loro qualità della vita. A questo scopo, una attività di comunicazione continua, coordinata e coerente facilita le pratiche di democrazia; la possibilità di individuare una struttura e un servizio precisi deputati allo scopo (come un Urban Center) facilita la comunicazione e l'instaurazione di un rapporto di fiducia e di collaborazione.

/candiani5 - urban centre

Responsabile

Ambra Dina

Redazione

Elena Astori

Anna Farinola

Filippo Lovato

Omar Tommasi

IN-ARCH - Veneto

Andrea De Eccher

Stefania Minoia

Stefania Spiazzi

Altri materiali saranno disponibili sul sito:
www.comune.venezia.it/candiani5

