

GLI URBAN CENTER

scheda informativa a cura di Chiara Pignaris

Cosa sono e a cosa servono

Il termine Urban Center, a volte tradotto in Casa della Città, è utilizzato per definire un insieme di strutture di diversa tipologia - spazi fisici, portali web, programmi o progetti comunali - caratterizzati da una finalità comune: favorire e diffondere la conoscenza della città e del territorio e, di conseguenza, promuovere la partecipazione dei cittadini nei processi che riguardano le politiche urbane. Questo obiettivo generale può essere declinato in stili di comunicazione, contenuti e modalità operative anche molto differenziate da un caso all'altro. Comune a tutti i modelli è la cura dell'informazione: l'Urban Center è il luogo fisico o virtuale dove i progetti per la città e il territorio vengono predisposti, raccontati e resi comprensibili anche ai cittadini meno esperti. Un'altra caratteristica comune è la flessibilità, intesa come capacità di adattamento alle specificità del contesto locale e come tendenza a trasformarsi nel tempo. L'Urban Center non è solo uno spazio espositivo, uno sportello informativo o un luogo dove si svolgono iniziative ed eventi, ma è soprattutto uno spazio dinamico che si adatta al contesto culturale in cui si trova, rappresentandone l'identità.

Quando nascono

I primi Urban Center nascono negli Stati Uniti durante gli anni '60 come luoghi informali dove i cittadini e i rappresentanti dei diversi interessi si incontrano per discutere ed elaborare soluzioni efficaci ai problemi della città. Con vent'anni di ritardo il modello statunitense si diffonde anche in Europa e città come Amsterdam, Parigi, Rotterdam, avviano alcune esperienze di Urban Center che diventano esempi per molte altre città europee. Questi modelli si moltiplicano in Europa durante la grande fase della rigenerazione urbana che accompagna la fine degli anni '80 e assumono soprattutto un ruolo di centri espositivi dedicati alla città e all'architettura. In Italia gli Urban Center si diffondono più tardi, dalla seconda metà degli anni '90, quando a seguito di grossi processi di deindustrializzazione diverse città si trovano impegnate nella necessità di dover ridefinire il proprio ruolo, avviare progetti di riqualificazione urbana, creare nuovi strumenti per costruire consenso o promuovere la propria immagine.

Gli Urban Center italiani

A seconda degli obiettivi strategici e delle aspettative cittadine, gli Urban Center italiani assumono modalità operative molto diverse: in alcuni casi prevale l'aspetto partecipativo e di condivisione delle politiche urbane, in altri viene dato maggior rilievo all'aspetto informativo e di diffusione della conoscenza sulla città e le sue trasformazioni. La principale differenza con le esperienze anglosassoni è che si tratta quasi sempre di strutture nate per iniziativa pubblica, esito di una nuova cultura di governo che cerca forme istituzionali più aperte, dove stimolare un confronto tra la molteplicità degli attori coinvolti nei processi decisionali.

Lo stretto legame con l'ente pubblico condiziona non tanto l'indipendenza quanto l'esistenza stessa di tali strutture, così diversi Urban Center italiani restano attivi solo per periodi limitati, coincidenti con i mandati politici o con isolate fasi del processo di pianificazione, altri pur essendo più duraturi vedono modificare profondamente il loro ruolo e la loro organizzazione. Non mancano però casi in cui i soggetti promotori sono altri: dipartimenti universitari, fondazioni, associazioni. In queste esperienze si è vista generalmente una certa "specializzazione" dei temi trattati e minor capacità di interloquire con la città e i cittadini.

Come sono organizzati

Gli Urban Center di solito sono localizzati in punti centrali della città, hanno un orario di apertura piuttosto ampio e sono arredati in modo flessibile, per rispondere alla necessità di avere spazi per esposizioni fisse e temporanee e sale di diversa dimensione utilizzabili per convegni, riunioni, incontri, seminari, laboratori. A volte sono presenti anche biblioteche, videoteche, aree con tavoli per la consultazione e lo studio, zone wi-fi free, punti di ristoro, persino infopoint turistici. Gli allestimenti sono spesso personalizzati e molto curati, integrati con tecnologie multimediali, postazioni interattive, maxischermi, grandi pannelli e plastici della città. Alcuni Urban Center non hanno una sede fisica dedicata, ma svolgono la propria funzione attraverso un sito web ed un programma di mostre e incontri nelle strutture esistenti sul territorio (sedi di associazioni, sale comunali, laboratori universitari). Altri hanno una sede ma sono senza personale, quindi sono affidati a organizzazioni individuate mediante un bando, oppure aperti solo in occasione di eventi organizzati da soggetti diversi (assessorati, partner strategici, associazioni, studi di architettura, dipartimenti universitari...).

Le forme di gestione possono essere molto diverse: da un gruppo intersettoriale composto da personale dell'Amministrazione, alla presa in affidamento della struttura da parte di un soggetto esterno, a forme miste in cui pubblico e privato collaborano insieme mediante la costituzione di partenariati e organismi di gestione, di solito presieduti da un assessorato.

Cosa fanno

Il programma delle attività culturali di un Urban Center varia in base alla natura del soggetto gestore e alle finalità per cui è nato, ma la trasparenza e il coinvolgimento dei cittadini nella costruzione delle politiche di trasformazione della città restano gli obiettivi comuni. Il successo di queste strutture deriva proprio dalla capacità di contribuire alla crescita delle competenze della cittadinanza e alla promozione del protagonismo sociale dei diversi attori urbani, creando identità, fiducia e capacità di visione, ma anche educando all'ascolto reciproco e al confronto delle opinioni. Le attività che un Urban Center può organizzare sono quasi infinite: mostre sulle trasformazioni urbane, presentazione di progetti, dibattiti, incontri con esperti, promozione di premi o concorsi, elaborazione di studi, ricerche, materiali informativi, produzione di video, realizzazione di percorsi partecipativi, laboratori creativi, progetti educativi, attività di formazione e molto altro ancora.

Come sono finanziati

In Italia non esistono finanziamenti statali dedicati alla promozione e al sostegno di queste strutture, quindi ogni Urban Center che nasce deve individuare una forma di sostentamento che possa assicurare la sua sopravvivenza nel tempo. Nella maggior parte dei casi le risorse di base provengono dalle amministrazioni cittadine e l'investimento economico è piuttosto impegnativo nella fase iniziale, poiché deve prevedere i costi d'impianto, di allestimento e di comunicazione (materiali informativi, sito web). Negli anni seguenti è sufficiente prevedere il costo di mantenimento della struttura e del personale, più un budget per le iniziative di animazione. Per progetti occasionali o eventi speciali, alcuni Urban Center riescono a intercettare forme di sponsorizzazione mirate alle singole iniziative o agli strumenti di comunicazione.

Quando l'Urban Center è promosso da una rete di soggetti diversi, pubblici e privati, in genere ognuno si impegna a mettere a disposizione un contributo annuale proporzionato alla propria natura e ruolo. Sconosciuto in Italia è invece il modello di finanziamento tipico di alcune esperienze americane promosse da organismi indipendenti non legati alle pubbliche amministrazioni, che si auto sostengono con contributi di benefattori o di sponsor privati.

Per approfondire

Un gruppo di ricerca dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" sta monitorando da diversi anni lo sviluppo degli Urban Center italiani anche attraverso un sito web interattivo (<http://www.urban-center.org>), aperto al confronto e allo scambio delle idee. In tale sito si trovano anche una sezione denominata *mappe dinamiche* che raccoglie gli indirizzi internet dei principali Urban Center italiani e internazionali.

Negli ultimi dieci anni sono stati svolti diversi seminari di confronto tra gli Urban Center italiani a Venezia (*Urban center una casa di vetro per le politiche urbane*, Urbanpromo 2006), Torino (*Urban Center Network progetti, cittadini, comunicazione, risorse*, 21-22 giugno 2007), Bologna (*Urban Center reloaded*, novembre 2012) e da ultimo proprio a Pistoia, all'interno della prima edizione di *Leggere la Città (Rigenerare la città. Luoghi e strumenti per una nuova cultura urbana: l'esperienza degli Urban center*, 19 aprile 2013).

I materiali di questo seminario sono pubblicati nel sito: <http://www.michelucci.it/node/259>

Agli Urban Center è dedicato anche il primo numero della nuova serie della rivista fondata da Giovanni Michelucci nel 1945, scaricabile gratuitamente in formato pdf al link: <http://www.michelucci.it/node/284>

Quale modello per Pistoia?

La sfida alla quale il percorso partecipativo chiama tutta la città di Pistoia è di pensare alla realizzazione di un Urban Center di seconda generazione, un luogo completamente nuovo per la città e forse anche per il panorama nazionale, aperto a un dialogo permanente e fecondo, luogo di custodia della memoria e di conoscenza, in stretta connessione con il mondo delle start up giovanili e delle esperienze di co-working, che troveranno anch'esse posto nei locali del Ceppo. Il percorso avrà lo scopo di definire le modalità, le caratteristiche e lo scopo della Casa della Città, gli spazi ad essa dedicati, sia fisici che virtuali, i modelli di gestione, le attività ed altro ancora.

Il modello di Urban Center adatto alla città di Pistoia è ancora tutto da inventare!