

MILLEPERIFERIE

Percorsi di rigenerazione a guida culturale e creativa per i borghi e le aree interne e marginali

a cura di Vincenzo Vignieri

edizioni  marianna



MILLEPERIFERIE

Percorsi di rigenerazione a guida culturale e creativa per i borghi e le aree interne e marginali

a cura di Vincenzo Vignieri



COMUNE DI GERACI SICULO



COMUNE DI GRATTERI



COMUNE DI LASCARI



COMUNE DI SCILLATO



COMUNE DI SCLAFANI BAGNI



COMUNE DI VALLEDOLMO



COMUNE DI ALIMINUSA



COMUNE DI ALIMENA



COMUNE DI BOMPIETRO



COMUNE DI CALTAVUTURO



COMUNE DI CASTELBUONO



COMUNE DI CERDA



COMUNE DI PETRALIA SOPRANA



COMUNE DI PETRALIA SOTTANA



COMUNE DI POLIZZI GENEROSA



COMUNE DI POLLINA



COMUNE DI SAN MAURO CASTELVERDE



COMUNE DI SCIARA



Vincenzo Vignieri, Curatela scientifica
Giuseppe Antista, Curatela editoriale

In copertina: *Le ricamatrici* di Angela Sottile, 2021 - Geraci Siculo

ISBN 979-12-80528-17-9

MIGI Press, Impaginazione e progettazione grafica

SO.SVI.MA SPA - Capofila progetto I ART Madonie: Direzione Amministrativa e Finanziaria
Alessandro Ficile, Amministratore Unico
Carmelo Macaluso, RUP progetto I ART Madonie
Cerami Mario, Assistente al RUP
Vignieri Salvatore, Direttore dei lavori
La Placa Rosanna, Segreteria tecnica ed amministrativa
Macaluso Silene, Elaborazione e gestione rendicontazione finanziaria
La Placa Barbara, Cura rapporti con i partner ed i comuni associati

I WORLD: Direzione generale progetto
Lucio Tambuzzo, Ideatore e Direttore generale I ART Madonie
Emanuele Messina, Responsabile networking nazionale e internazionale
Clara Mollica, Responsabile segreteria tecnica e assistente al coordinamento
Claudia Tambuzzo, Direttore della rete dei CCP e coordinamento organizzativo
Therese Pecora, Direttore della rete dei CCP e coordinamento attività

Il volume è stato realizzato nell'ambito del progetto "I ART: IL POLO DIFFUSO PER LA RIQUALIFICAZIONE URBANA DELLE PERIFERIE DEI COMUNI DELLE MADONIE", ideato e diretto da I WORLD, capofilato da SO.SVI.MA. S.P.A. e finanziato dal Bando della Presidenza del Consiglio dei Ministri pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 1 giugno 2016, Programma straordinario di intervento per la riqualificazione urbana e la sicurezza delle periferie delle città metropolitane e dei comuni capoluogo di provincia - D.P.C.M. 25/05/2016 (G.U. 127 del 01/06/2016) - CUP E22F17000320001

Indice

Presentazioni	VI
Introduzione <i>Vincenzo Vignieri</i>	1
MILLEPERIFERIE: le comunità e la terza via per la rigenerazione urbana delle periferie italiane <i>Lucio Tambuzzo</i>	7
Ripensare la rigenerazione (attraverso mezzo secolo di vita vissuta) <i>Roberto Gallia</i>	14
Produzione culturale contemporanea nelle aree marginali. L'influenza del contesto territoriale sui percorsi di rigenerazione a guida creativa <i>Valentina Bruschi e Vincenzo Vignieri</i>	39
Strategie di rigenerazione culturale nelle aree non urbane: l'impatto degli eventi culturali a guida giovanile nei piccoli borghi della Sicilia <i>Luisa Tuttolomondo</i>	66
Il ruolo del Museo "come dispositivo di produzione culturale" per lo sviluppo e la rigenerazione della comunità nel territorio <i>Laura Barreca e Vincenzo Vignieri</i>	89
L'architettura contemporanea come strumento di rigenerazione urbana nei centri storici minori: il Salto del Ventimiglia a Geraci Siculo <i>Giuseppe Antista</i>	108
Il progetto I ART Madonie: creatività, cultura e identità per la rigenerazione dei piccoli borghi <i>Emanuele Messina e Claudia Tambuzzo</i>	117
Un'oasi di creatività per rigenerare le Madonie, un'isola nell'isola a misura d'uomo <i>Roy Paci</i>	133
Il "Manifesto MILLEPERIFERIE": un contributo strategico per innescare ambiziosi percorsi di rigenerazione a guida culturale per i borghi e le aree interne e marginali <i>Vincenzo Vignieri e Lucio Tambuzzo</i>	136

Produzione culturale contemporanea nelle aree marginali. L'influenza del contesto territoriale sui percorsi di rigenerazione a guida creativa

Valentina Bruschi e Vincenzo Vignieri

1. Introduzione

I fenomeni di spopolamento che interessano i comuni localizzati in aree interne e marginali hanno indebolito le comunità che abitano tali luoghi, in particolare negli ultimi vent'anni¹. In queste aree, l'attivazione di percorsi di produzione culturale può rappresentare una efficace strategia per fronteggiare i suddetti fenomeni e rafforzare le comunità locali.

Non è infrequente, infatti, che iniziative in tal senso facciano leva sulla valorizzazione del patrimonio culturale, sulle bellezze artistiche, architettoniche, archeologiche e antropologiche di questi luoghi per offrire nuovi elementi di dialogo intergenerazionale, favorire lo sviluppo di imprese creative e per questa via contribuire a percorsi di rigenerazione.

Nella prospettiva della rigenerazione delle aree marginali, esiste un nesso tra contesto territoriale e produzione culturale. Sebbene la distanza dai grandi centri urbani "dove la vita accade" riduca le occasioni di incontro e le possibilità di reperimento di risorse per lo sviluppo di progetti culturali, il distacco dalla frenesia cittadina e l'immersione nella natura favoriscono l'atto creativo e il consolidamento delle relazioni umane che ancora caratterizzano i piccoli paesi dell'Italia rurale.

In questo senso, il contesto territoriale può rappresentare un limite e, al tempo stesso, un fattore abilitante per lo sviluppo di percorsi di rigenerazione a guida culturale.

Questo lavoro si pone l'obiettivo di esplorare il legame tra contesto territoriale e percorsi di rigenerazione a guida culturale e assume la produzione culturale contemporanea nelle aree marginali come ambito di interesse per lo sviluppo della ricerca.

È un'idea consolidata che la produzione culturale contribuisca a migliorare la qualità della vita delle persone, favorendo, inoltre, il perseguimento di traguardi di sviluppo sostenibile (Hosagrahar, 2015; Unesco, 2018)², che corroborano, a

¹ISTAT 2019, National demographic balance, Roma <https://www.istat.it/it/archivio/245600> e C. Novembre, Le aree interne della Sicilia tra marginalità e nuovi fenomeni migratori, in *Eticaeconomica.it*, 15 settembre 2015: <https://www.eticaeconomia.it/le-aree-interne-della-sicilia-tra-marginalita-e-nuovi-fenomeni-migratori/>

Si veda anche: ICOMOS, The Valletta Position Paper on Historic Cities and Sustainable Development Policies in ICOMOS, International Committee on Historic Town and Villages (CIVVIH), The Valletta, Malta, 2010; United Nations, Transforming our World; The 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015; UNESCO, Culture for the 2030 Agenda, UNESCO, Paris, 2018.

loro volta, il percorso di progresso umano, civile e sociale che la cultura è in grado sostenere.

Per comprendere come la cultura possa essere posta al centro di percorsi di rigenerazione, è opportuno chiedersi cosa essa rappresenti.

“La cultura è la nostra storia, il nostro tempo presente, il dono che lasciamo alle generazioni future. La cultura è la nostra ricchezza inesauribile, un bene che più si consuma, più cresce e fa crescere gli italiani, la loro identità, la loro maestria. La cultura è un bene universale consolidato che siamo così abituati a considerare nostro da sempre, da dimenticarci di valorizzarlo e di proteggerlo...La creatività, per usare qualche immagine evocativa, la ritroviamo nella nostra cultura, nel nostro territorio, nella qualità del nostro vivere quotidiano e dei nostri prodotti. Non è un fine in sé, ma un processo, un mezzo straordinario per produrre nuove idee. In questo senso creatività e cultura sono un pilastro della qualità sociale, intesa come un contesto di comunità libero, giusto, economicamente sviluppato, culturalmente vivo, e di alta qualità della vita”³ (Santagata, 2008).

Più che il patrimonio, la cultura “viva” è linfa per lo sviluppo delle comunità insediate in aree marginali in quanto fornisce nutrimento agli scopi di vita delle persone che abitano in tali luoghi⁴. Tale vivacità culturale sembra dipendere dalle caratteristiche del contesto territoriale, che pertanto appare essere un fattore cruciale per lo sviluppo di percorsi di rigenerazione in grado di attrarre nuovi residenti, rinvigorire lo spirito imprenditoriale, mantenere e alimentare la vitalità e l'identità della comunità.

Per comprendere il nesso tra contesto territoriale e rigenerazione a guida creativa, in questo lavoro faremo ricorso a tre esempi di iniziative di produzione culturale contemporanea, localizzate in aree marginali della Sicilia. Nel fare ciò, l'analisi avrà ad oggetto il modo in cui la produzione culturale contemporanea possa dare un nuovo significato al patrimonio culturale, anche attraverso nuove forme di relazione con la comunità locale, così da favorire la rigenerazione e lo sviluppo socio-economico del territorio.

Nel prosieguo, lo scritto si sviluppa come segue. Il secondo paragrafo illustra il

³W. Santagata, Libro bianco sulla Creatività in Italia – per un modello italiano di sviluppo, Università Bocconi editore, 2009, pp.6-7

⁴Un punto di vista più approfondito su questo aspetto e sui risvolti per lo sviluppo delle comunità è offerto dal forum delle “Città Creative UNESCO” tenutosi recentemente a Carrara (<https://www.periodicodaily.com/carta-di-carrara-arte-e-artigianato-per-sviluppo-sostenibile/>)

disegno della ricerca, chiarisce la metodologia e gli strumenti d'indagine utilizzati per lo sviluppo del lavoro sul campo. Il terzo paragrafo presenta i casi per offrire al lettore una ampia prospettiva sulla relazione tra contesto e produzione culturale. L'analisi delle interviste, sviluppata nel quarto paragrafo, consentirà di illustrare in che modo il contesto territoriale influenzi la produzione culturale e contribuisca a segnare dei possibili percorsi di rigenerazione della comunità nel territorio. Dalla discussione sarà possibile evidenziare elementi utili a supportare i decisori pubblici e gli operatori culturali impegnati nell'avvio di progetti di produzione culturale protesi allo sviluppo di iniziative di rigenerazione della comunità nelle aree marginali

2. Disegno della ricerca

In questo lavoro sono discusse tre iniziative di produzione culturale localizzate in aree marginali del territorio siciliano. Lo studio vuole fornire una chiave di lettura per comprendere come il contesto territoriale segni la produzione culturale e come quest'ultima contribuisca al perseguimento di obiettivi di rigenerazione delle aree interne e marginali. A tale scopo, il contesto in cui il progetto culturale si sviluppa è qui inteso come un costrutto logico che si fonda su tre elementi (Audretsch & Belitski, 2021; Bianchi & Vignieri, 2020; Welter, 2011):

- a) la dotazione di risorse intese come fattori strategici (Kelliher & Reinl, 2009; Mahoney & Pandian, 1992) per lo sviluppo di iniziative di produzione culturale contemporanea (OECD, 2018);
- b) il contributo degli attori locali al progetto di produzione culturale attraverso l'integrazione di risorse esterne (Davies, 2010; Freeman, 1984; Staub, 2019; Vignieri, 2020);
- c) il ruolo della comunicazione per innescare la partecipazione di altri attori e divulgare i risultati dei progetti di produzione culturale (Anholt, 2011).

In ragione di questi tre elementi, un contesto identifica uno luogo geografico caratterizzato da una specifica dotazione di risorse strategiche condivise (e.g., patrimonio culturale, naturale, storico o antropologico) che possono essere alimentate dal contributo degli attori locali, se opportunamente attivati, attraverso la comunicazione. In questo modo un progetto di produzione culturale può ambire

a realizzare degli intenti comuni che non sarebbero altrimenti raggiungibili.

Le tre dimensioni che caratterizzano il contesto fanno da cornice concettuale allo sviluppo del modello di intervista utilizzata per l'analisi dei tre progetti culturali.

Il primo dei tre casi di studio è il Festival Una Montagna di Luoghi che si svolge a Gangi (PA), un piccolo borgo montano localizzato nell'area interna delle Madonie, dal 2017. Il festival, ideato e curato dall'associazione Fuorilogos, rappresenta un valido esempio di creazione di nuovi contenuti culturali per una nuova narrazione del borgo attraverso il coinvolgimento attivo della comunità nel confronto con artisti e intellettuali nazionali e internazionali. Tale esperienza intende consolidare gli effetti positivi generati dall'iniziativa della vendita delle case disabitate alla cifra simbolica di 1 euro⁵.

Una politica per la rigenerazione del centro storico che ha attirato l'attenzione dei media, tra cui il *New York Times*, il *Telegraph* e *Al Jazeera*⁶ con ripercussioni positive in termini di recupero del patrimonio edilizio e per l'attrattività del paese. Infatti, il paese madonita ha vinto il titolo "Gioiello d'Italia" nel 2012, "Borgo dei Borghi" nel 2014 e il premio "Smart Communities" nel 2015.

Il secondo caso riguarda i progetti di produzione culturale messi in campo dall'associazione Landscape di Alcamo (TP), cittadina collinare a vocazione turistica, localizzata non lontano dalla costa tra Palermo e Trapani. Landscape nasce nel 2018 sulla scia del fermento culturale vissuto dai suoi fondatori in occasione di Palermo Capitale della Cultura e di Manifesta 12 (la Biennale nomade europea di arte contemporanea ospitata a Palermo). In questi anni, Landscape si è impegnata per lo sviluppo di un progetto di rigenerazione del Museo d'Arte Contemporanea di Alcamo (MACA), in collaborazione con il Comune di Alcamo.

Il terzo caso studio ha ad oggetto le politiche innovative per la valorizzazione del patrimonio culturale del Comune di Centuripe (EN) ideate dal Sindaco

⁵Iniziativa originariamente ideata da un grande comunicatore come Oliviero Toscani quando era Assessore alla Comunicazione e ai Diritti Umani di Salemi nel ²⁰¹⁰, nominato dall'allora sindaco Vittorio Sgarbi: «Il progetto delle case a 1 euro a Salemi (Trapani): un modello per il recupero dei centri storici e dei borghi antichi in Italia» - <https://www.beniculturali.it/comunicato/conferenza-stampa-di-presentazione-case-a-1-euro>

⁶La prima casa fu acquistata nel 2015 come racconta l'articolo di S. Mazza, *Case a 1 euro: giro d'Italia con tappa a Gangi*, inchiesta del Giornale dell'Architettura: <https://inchieste.ilgiornaledellarchitettura.com/case-a-1-giro-ditalia-con-tappa-a-gangi/>

Salvatore La Spina⁷, storico dell'arte, eletto nel 2020. In questo progetto, appare centrale l'esperienza del Primo Cittadino negli oltre trent'anni di attività professionale a Firenze come responsabile dell'ufficio stampa delle Gallerie degli Uffizi e, successivamente, dal 2018, delle Gallerie dell'Accademia e dei Musei del Bargello.

Centuripe è un comune montano, poco conosciuto, se non per la sua particolare posizione geografica su un promontorio rivolto verso l'Etna e la piana di Catania.

Per lo sviluppo dell'analisi si è fatto ricorso allo strumento dell'intervista strutturata che consente di raccogliere e codificare le risposte in base ad un set predeterminato di chiavi (Saunders et al., 2007), incardinate sui tre elementi che ricostruiscono il costruito "contesto" (i.e., risorse, soggetti e comunicazione).

A valle di tali interviste – riportate nel paragrafo che segue – è possibile discutere il modo in cui la relazione tra contesto e iniziativa culturale influenza lo sviluppo dei progetti di rigenerazione. Alla luce di tale elementi, questo lavoro può contribuire a illustrare i tratti caratteristici che fanno della produzione culturale nelle aree marginali un efficace processo di spatial bricolage (Lévi-Strauss, 1966; Roberts, 2018).

3. Tre esperienze di rigenerazione a guida culturale in aree marginali

In questo paragrafo si riportano le interviste con 1) Marianna Lo Pizzo, direttrice artistica del festival Una Montagna di Luoghi e presidente dell'Associazione Fuorilogos; 2) Leonardo Ruvolo, fondatore della piattaforma curatoriale Landescape; 3) Salvatore La Spina, Sindaco del Comune di Centuripe.

⁷Dagli Uffizi a Centuripe: Salvatore La Spina è il nuovo sindaco del borgo siciliano, redazionale del 5 ottobre 2020: <https://www.finestresullarte.info/attualita/dagli-uffizi-a-centuripe-salvatore-la-spina-sindaco-del-borgo-siciliano>

3.1 Una Montagna Di Luoghi: festival di letteratura, arte e ambiente

Titolo del progetto di produzione culturale: Una Montagna di Luoghi (UMdL)

Sito web: www.unamontagna.com

Localizzazione: Gangi (PA).

Breve descrizione: Una Montagna di Luoghi è il festival in cui si celebra l'incontro tra i luoghi e le persone che in essi si identificano.



Progetto “Apri le botteghe”, UMdL, 2019

a) Le risorse del contesto delle aree marginali come fattori strategici per lo sviluppo di iniziative di produzione culturale contemporanea

a.1) Quale è la sua valutazione delle risorse presenti nel territorio?

Gangi è un paese dotato di risorse naturali, storico-artistiche e soprattutto di un grande patrimonio immateriale custodito dalla comunità che abita il borgo. Il riferimento è alla popolazione più anziana del paese. La marginalità geografica unita alla scarsa dotazione di infrastrutture di trasporto sono le cause che consideriamo responsabili del dello scarso sviluppo economico e conseguente depauperamento umano del territorio.

a.2) Quali risorse (e.g., naturali, storico-artistiche, patrimonio immateriale) si sono rivelate strategiche per lo sviluppo e la valorizzazione della iniziativa culturale?

I luoghi prima di tutto. UMdL nasce per realizzare un racconto contemporaneo della nostra realtà portando allo stesso tempo voci e testimonianze di altri luoghi apparentemente lontanissimi. Percorrere le vie di Gangi, utilizzare i suoi dislivelli come palcoscenici e platee naturali, ha restituito agli abitanti e ai visitatori una nuova esperienza del paese. La scelta di trasferire UMdL nel 2020 al bosco Pianette, per garantire lo svolgimento della manifestazione nel pieno rispetto delle norme anti Covid, si è rivelata sorprendente. Il bosco, mai prima di allora utilizzato per lo svolgimento di spettacoli, ha rafforzato l'aspetto legato all'esperienza, rivelandone la forte potenza attrattiva.

a.3) La distanza dai i più grandi centri urbani siciliani ha influito sullo sviluppo del suo progetto? Se sì, quali strategie sono state approntate per far fronte agli effetti avversi derivanti da tale condizione?

Gangi non è mai stato un luogo di passaggio. Gangi è una scelta e se vuoi imbarcarti in un'esperienza di viaggio è necessario avere del tempo a disposizione. Per questo motivo, il festival è rivolto ad un pubblico che abbia piacere di vivere i luoghi avendo del tempo a disposizione e ha sempre adottato un programma di tre giorni così da dedicare diverse attività a tutte le fasce d'età dei fruitori. Abbiamo attivato convenzioni con le strutture ricettive del paese e con le principali attività attrattive del territorio. Le competenze professionali all'interno della nostra associazione ci hanno consentito di puntare sulla creatività e sulle relazioni digitali. I social network sono potenti strumenti di connessioni, anche umane.

b) Il contributo degli attori locali al progetto di produzione culturale attraverso l'integrazione di risorse esterne



Passeggiata di esplorazione emotiva con Carmelo Vanadia, UMdL. 2020

b.1) Quali relazioni sociali (e.g., con organizzazioni pubbliche e private) ritiene siano state cruciali per lo sviluppo dell'iniziativa di produzione culturale?

L'interlocuzione con le istituzioni locali è parte integrante della manifestazione sin dalla prima edizione. Il sostegno del Comune di Gangi ha posto le basi per la realizzazione del festival, tuttavia il ricorso ad altre forme di finanziamento è tuttora indispensabile per la sostenibilità finanziaria dell'iniziativa. Sicuramente qualche resistenza pregiudizievole ha posto dei freni alle nostre iniziative. Attualmente stiamo lavorando con le istituzioni scolastiche, in particolare con l'IISS "Giuseppe Salerno", in sinergia con altre associazioni culturali del territorio, nell'ambito di un patto educativo di comunità per promuovere attività culturali con il coinvolgimento diretto degli studenti e dei cittadini.

b.2) Alla luce della sua esperienza, che valenza ha la partecipazione della comunità nei progetti di produzione culturale nelle aree marginali?

La partecipazione attiva della comunità locale alle iniziative che abbiamo promosso è sempre stata uno dei nostri obiettivi. Nel corso delle edizioni di UMdL abbiamo avuto modo di sperimentarla in varie forme: dalle guide alla mostra fotografica “Zurumbatico”, alle testimonianze di “Apri le Botteghe”, fino all’iniziativa di recupero dei canti sacri da parte di un musicista contemporaneo. La partecipazione “attiva” della comunità è stata maggiore per le iniziative strettamente legate al territorio e alla memoria storica del paese rispetto alle altre, ma in generale soddisfacente. Se invece guardiamo alla partecipazione “passiva”, possiamo dire che il pubblico di UMdL è composto prevalentemente da non residenti. Consapevole di questa dualità, Fuorilogos affronta ogni edizione come una sfida e un’occasione per far sì che da queste montagne si diffonda un’eco sempre più forte.

b.3) Quali sono le ripercussioni del suo progetto di produzione culturale per la comunità?

UMdL è nata con l’obiettivo di portare l’attenzione sulle aree marginali e sulle potenzialità inesprese di questi luoghi. Facciamo in modo di portare in queste aree interne personalità al centro del dibattito culturale contemporaneo, per offrire alla nostra comunità l’occasione di confrontarsi con chi ha uno sguardo diverso sul mondo e che di solito facilmente visita le città metropolitane. La nostra priorità è permettere a tutti di confrontarsi e di crescere in un mondo globalizzato e veloce in cui il local può fare la differenza.

c) Il ruolo della comunicazione per innescare la partecipazione di altri attori all’iniziativa e divulgare i risultati del progetto

c.1) Quali valori ispirano il suo progetto di produzione culturale?

Autodeterminazione, contemporaneità, innovazione, equità socio-culturale, sostenibilità.



“Zurumbatico”, la personale del fotografo Luis Cabelo, UMdL, 2018

c.2) Chi sono i destinatari del messaggio e cosa si aspetta da essi?

Cittadinanza attiva, istituzioni locali, giovani, forestieri che riescano ad elaborare un pensiero critico su come si abitano i luoghi e in che modo si possa vivere e crescere nelle comunità delle aree interne.

c.3) Alla luce della sua esperienza, in che misura la comunicazione (e.g., contatti personali, iniziative pubbliche, comunicazione social e stampa) si è rivelata un efficace strumento per il coinvolgimento degli attori locali nel progetto? Cosa cambierebbe per il futuro?

La nostra esperienza è da sempre fondata sulla comunicazione. Chiarezza di contenuto, obiettivo e risultati sono alla base dei valori associativi e quindi della comunità. Strumenti strategici che ci permettono di veicolare la nostra mission, di farne uno stimolo locale e un richiamo globale. Per UMdL è imprescindibile che ci sia un rapporto chiaro e sano alla base di tutte le iniziative in modo che ci sia un sano riconoscimento alle nostre iniziative e al desiderio di investire nel futuro di questo territorio.

3.2 Landescape: un percorso di integrazione di arte contemporanea, tradizione locale e didattica

Titolo del progetto di produzione culturale: Landescape

Sito web: www.landescape.eu

Localizzazione: Alcamo (TP).

Breve descrizione: Landescape è un'associazione mediterranea che agisce sul territorio siciliano e promuove la riattivazione del tessuto culturale, sociale ed economico attraverso un approccio interdisciplinare che integra arte contemporanea, tradizione locale e metodi educativi alternativi per invertire i processi di impoverimento che interessano il sud Italia.

a) Le risorse del contesto delle aree marginali come fattori strategici per lo sviluppo di iniziative di produzione culturale contemporanea



Amori nascosti di Nelle Gevers e Hayoung Kim installazione all'interno della Sicilmarmi ad Alcamo Marina, a cura di Landescape, foto di Valerio Santarsenio (2020)

a.1) Quale è la sua valutazione delle risorse presenti nel territorio?

Comincerei con il dire che la parola risorsa è problematica di per sé; fa riferimento ad un campo semantico molto preciso, quello processuale, che vede le risorse esclusivamente come mezzi. Volendo rimanere all'interno di questo specifico campo semantico, definirei le risorse più in termini di fine. Data la premessa, ritengo che solo dopo un'attenta mappatura dei processi attivi, interrotti e potenziali di un determinato contesto marginale è possibile riconoscere quelle risorse che piuttosto di altre sono considerabili come fine e non come mezzi. Per me è fondamentale fare questa precisazione proprio perché la produzione culturale, altra definizione problematica, dovrebbe più occuparsi di generare conoscenza che prodotti. In definitiva con parole semplici direi che, nelle aree marginali c'è spazio, si dorme e si mangia bene, e tendenzialmente gli abitanti non vanno di fretta. E questo ci garantisce una qualità di vita elevata.

a.2) Quali risorse (e.g., naturali, storico-artistiche, patrimonio immateriale) si sono rivelate strategiche per lo sviluppo e la valorizzazione della iniziativa culturale?

Rispetto a Landescape, è stato il paesaggio, il fine/risorsa a suggerirci la strategia, quella di un camouflage onirico a volte schizofrenico. Il nostro è un progetto di egemonia culturale pertanto grazie al paesaggio, che è fiduciario della memoria collettiva umana-non-umana, abbiamo ritenuto che a cascata tutti i fini/risorse si sarebbero potuti rivelare strategici. Ne cito alcuni a titolo esemplificativo: la civiltà contadina, il Mediterraneo, il fiume Crimiso, le Terme di Segesta, "a pasta chi tinnirumi", l'iperoggetto Ludovico Corrao, l'Incompiuto Siciliano di Alterazioni Video e, da ultimo, lo stile Arabo-Normanno.

a.3) La distanza dai i più grandi centri urbani siciliani ha influito sullo sviluppo del suo progetto? Se sì, quali strategie sono state approntate per far fronte agli effetti avversi derivanti da tale condizione?

Alcamo per la sua posizione al centro del Golfo di Castellammare, a metà tra Trapani e Palermo, non è mai stato un luogo marginale. Basti pensare ad alcune figure chiave che nella storia della civiltà mediterranea hanno a che fare con Alcamo (Ciullo d'Alcamo, Federico II, Carlo V, Goethe, Vito Guarrasi, Franca Viola, ecc.). Questo perché Alcamo nella geografia del Mediterraneo, e in quella Siciliana, è uno snodo centrale della logistica. Alcamo e la sua comunità

sono diventati marginali, quando il Mediterraneo è diventato marginale nella narrazione geopolitica mainstream. Pertanto quello che abbiamo fatto è stato lavorare soprattutto su una narrazione che ci permettesse di agganciarci a delle letture altre rispetto a quella unica che ci fornisce il capitalismo-consumista.

b) Il contributo degli attori locali al progetto di produzione culturale attraverso l'integrazione di risorse esterne



Concerto per pannelli solari presso il Motel Beach di Alcamo Marina, un'opera di Andrea Masu e Federico Lupo, a cura di Landescape, foto di Cave Studio di Dario Di Liberti (2019)

b.1) Quali relazioni sociali (e.g., con organizzazioni pubbliche e private) ritiene siano state cruciali per lo sviluppo dell'iniziativa di produzione culturale?

Da un lato quella con il Comune di Alcamo che ha creduto nell'apporto che potesse arrivare dal terzo settore. È grazie a forme sperimentali di co-gestione di beni comuni, che abbiamo ottenuto il finanziamento per la realizzazione di un'opera dell'artista Andrea Masu al Museo d'Arte Contemporanea di Alcamo, a valere sul bando del Ministero della Cultura denominato PAC 2020. Devo dire che anche i privati, soprattutto grazie alle erogazioni liberali di servizi, beni o denaro, hanno contribuito a rendere appetibile la nostra offerta culturale.

b.2) Alla luce della sua esperienza, che valenza ha la partecipazione della comunità nei progetti di produzione culturale nelle aree marginali?

La comunità è tutto, è l'inizio e la fine. Non esisterebbe l'associazione Landescape, e i progetti ad essa collegati, senza la comunità di umani e non umani che abbiamo riunito.

b.3) Quali sono le ripercussioni del suo progetto di produzione culturale per la comunità?

Il nostro progetto è quello che definirei una composizione progressiva di un unico mondo comune, per tirare in ballo Bruno Latour. Questo significa che nell'evolvere in maniera progressiva, il progetto tiene conto di quanti, man mano, sono arrivati e della mutevolezza dei loro desideri. Siamo una casa, siamo un centro sociale, siamo una scuola, siamo un museo, siamo un'impresa, siamo un orto, siamo un workshop: siamo la cura.

c) Il ruolo della comunicazione per innescare la partecipazione di altri attori all'iniziativa e divulgare i risultati del progetto



Ludovico Corrao's Hyperobject, progetto per un film di Christopher Lawrence e Leonardo Ruvolo, foto di Adriano La Licata (2021)

c.1) Quali valori ispirano il suo progetto di produzione culturale?

Abbiamo sempre avuto chiaro il carattere sperimentale della nostra ricerca, nonché le implicazioni politiche che una tale pratica produce. Ho sin dall'inizio ritenuto che se tutto quello che facciamo, lo facciamo assumendoci un rischio sempre più alto, come se fosse la prima e l'ultima volta - purtroppo e per fortuna - avremmo generato un segno a cui sarebbe stato stupido non prestare attenzione.

c.2) Chi sono i destinatari del messaggio e cosa si aspetta da essi?

Le nostre meta-narrazioni sono sempre multilivello. Ci rivolgiamo contemporaneamente a tutti i nostri stakeholder (il pubblico, le istituzioni, la comunità, i non-umani, ecc.) al fine di raggiungere un obiettivo strategico che ci catapulti in una situazione inattesa, inaspettata, nuova.

c.3) Alla luce della sua esperienza, in che misura la comunicazione (e.g., contatti personali, iniziative pubbliche, comunicazione social e stampa) si è rivelata un efficace strumento per il coinvolgimento degli attori locali alle finalità del progetto? Cosa cambierebbe per il futuro?

Più che di comunicazione, parlerei di narrazione. Questa è stata fondamentale per coprire il gap tra il reale e la finzione, tra quello che sai e quello che non sai, tra la tua zona di comfort e Landescape. Per il futuro cambierei lingua, più che l'inglese userei l'arabo.

3.3 Centuripe: politiche culturali innovative per una nuova narrazione del territorio

Titolo del progetto: Politiche culturali per la rigenerazione di Centuripe.

Sito web: comunecenturipe.gov.it

Localizzazione: Centuripe (EN).

Descrizione del progetto: Politiche di rigenerazione a guida culturale attuate in un piccolo borgo montano della Sicilia centro-orientale.

a) Le risorse del contesto delle aree marginali come fattori strategici per lo sviluppo di iniziative di produzione culturale contemporanea

a.1) Quale è la sua valutazione delle risorse presenti nel territorio?

Il territorio di Centuripe è interessantissimo, più di quanto fino ad oggi è stato riconosciuto. Gli elementi di richiamo includono insediamenti umani tra i più antichi dell'isola, una varietà geologica unica nella Sicilia orientale, la possibilità di godere di panorami suggestivi (tra i più belli della Sicilia), la particolare conformazione del centro urbano a forma di stella marina o di uomo disteso, la produzione ellenistica vasi "centuripini" (rari vasi policromi decorati con rilievi mai riscontrati in altre produzioni del tempo) e le vestigia dell'Impero romano.

a.2) Quali risorse si sono rivelate strategiche per lo sviluppo e la valorizzazione delle iniziative culturali?

Il programma di rigenerazione è molto vasto e complesso. Per quanto riguarda la rigenerazione urbana abbiamo messo l'attenzione al restauro dei principali luoghi storici del paese: i giardini di Corradino che custodiscono all'interno un mausoleo romano; il restauro dei prospetti della Chiesa madre; il restauro del teatro della Dogana dove è presente anche qui un mausoleo di età imperiale. Inoltre, stiamo partecipando a un bando per la riqualificazione di altri luoghi come il Monte Calvario e alcune altre piazze storiche. A ciò si aggiunge la creazione del portale turistico del paese e l'apertura del primo centro espositivo per mostre temporanee, che ha recentemente ospitato una rassegna sulla grafica del Novecento con opere di Picasso, Kandinskij, Mirò; Chagall (centuripecittaimperiale.com/segni/) in dialogo con alcune pitture rupestri risalenti al neolitico. Questa mostra, che ha registrato la presenza di circa 2800 presenze, fa da preludio ad un programma che mira ad ospitare la grande arte nazionale e internazionale in dialogo con il patrimonio locale.

Altra iniziativa degna di nota è il vasto progetto di valorizzazione del patrimonio archeologico di età imperiale orientato alla creazione di un itinerario culturale tra tutti i monumenti presenti nel territorio. Un primo passo in questa direzione è il rientro della Testa di Augusto a Centuripe in seguito al prestito dell'opera dal Museo Archeologico Paolo Orsi di Siracusa attualmente previsto per cinque anni. Il capolavoro di età imperiale è considerato il più bel ritratto dell'imperatore presente in Sicilia. Dalla fine di Agosto 2021 ad oggi, il Museo Archeologico locale dove è esposto è passato da poche decine di presenze a più di 2500 visitatori



Riparo Cassataro, foto di Giuseppe Privitera



Vista aerea di Centuripe, foto di Pio Andrea Peri

a.3) La distanza dai i più grandi centri urbani siciliani ha influito sullo sviluppo del suo progetto? Se sì, quali strategie sono state approntate per far fronte agli effetti avversi derivanti da tale condizione?

Geograficamente Centuripe non è molto distante dai grandi centri. Infatti, Catania e il suo aeroporto sono lontani circa 40 km, ma il problema maggiore è la rete viaria che versa in condizioni pessime. Ma la distanza non è solo fisica e Centuripe era completamente sconosciuta sia a livello regionale che nazionale. Per portare il paese alla conoscenza del pubblico, abbiamo puntato su un programma di comunicazione intenso, avvalendoci di uffici stampa nazionali e ospitando, in più occasioni, i più importanti giornalisti del settore culturale. Inoltre, abbiamo elaborato una strategia di promozione anche sui social (Instagram e Facebook) e sui media tradizionali, ospitando importanti programmi televisivi che hanno dato una visibilità mai registrata fino ad oggi.

b) Il contributo degli attori locali al progetto di produzione culturale attraverso l'integrazione di risorse esterne

b.1) Quali relazioni sociali ritiene siano state cruciali per lo sviluppo dell'iniziativa di produzione culturale?

Per tutti i nostri progetti abbiamo puntato sin dall'inizio alla collaborazione tra vari attori, tra cui società di produzione culturali con sedi a Milano, ufficio stampa con sede a Firenze, aziende locali (Luxesco, Barbera International, Verzi caffè), Assessorati Regionali del Turismo e dei Beni Culturali, partnership istituzionali con il parco Archeologico di Catania e Siracusa e con curatori e storici dell'arte di levatura nazionale. Grazie a queste collaborazioni è stato possibile realizzare diversi progetti. Ad esempio, senza il supporto dell'Assessore ai Beni Culturali Alberto Samonà non si sarebbe potuto concretizzare il prestito della Testa di Augusto.



Testa di Augusto - (63a.C. - 14 d.C) marmo del I secolo d.C

b.2) Alla luce della sua esperienza, che valenza ha la partecipazione della comunità nei progetti di produzione culturale nelle aree marginali?

Indispensabile! Le associazioni locali si rivelano cruciali per la gestione delle mostre. Abbiamo creato una rete con tutte le associazioni locali per la gestione della biglietteria e del bookshop e con le guide turistiche per il supporto alla fruizione dei progetti culturali.

b.3) Quali sono le ripercussioni del suo progetto di produzione culturale per la comunità?

Il primo aspetto ha che fare con l'orgoglio paesano: sentire che il proprio paese è al centro dell'interesse da parte del pubblico e della stampa nazionale ha suscitato nella comunità una sorta di fierezza. In essa vi è la consapevolezza dell'importanza storica del paese. Il secondo aspetto riguarda più la sfera economica: la presenza di visitatori e turisti ha una ripercussione positive sulle attività produttive.

c) Il ruolo della comunicazione per innescare la partecipazione di altri attori all'iniziativa e divulgare i risultati del progetto

c.1) Quali valori ispirano il suo progetto di produzione culturale?

L'obiettivo è il restauro, la valorizzazione e la fruizione delle bellezze paesaggistiche e storiche di Centuripe per il benessere sociale e morale della comunità e per creare occasioni di sviluppo economico.

c.2) Chi sono i destinatari del messaggio e cosa si aspetta da essi?

Tutti coloro che vedono nel patrimonio culturale fonte di sviluppo socio-economico (Università, Associazioni, ricercatori, aziende, etc.).

c.3) Alla luce della sua esperienza, in che misura la comunicazione si è rivelata un efficace strumento per il coinvolgimento degli attori locali alle finalità del progetto? Cosa cambierebbe per il futuro?

La mia formazione e la mia esperienza professionale mi sono state utili per trovare il connubio tra iniziative culturali e comunicazione su diversi fronti. Sono convinto che un evento deve essere costruito bene ma deve essere comunicato al meglio. Potenziare i servizi che sono carenti: accoglienza turistica, viabilità, segnaletica.

4. Discussione

Le interviste riportate nel paragrafo precedente descrivono tre esempi di produzione culturale nelle aree marginali della Sicilia i cui tratti caratteristici offrono una base di discussione per comprendere l'influenza del contesto sui progetti di rigenerazione a guida culturale. Al fine di far emergere i tratti in comune tra le tre esperienze e le peculiarità di ciascun caso, si farà ricorso alle dimensioni di analisi che caratterizzano il contesto territoriale di riferimento, come illustrato nel paragrafo dedicato al disegno della ricerca. In particolare, la discussione si sviluppa intorno a tre elementi: la dotazione di risorse, il contributo degli attori locali e il ruolo della comunicazione.

In relazione alla dotazione di risorse, un primo gruppo di fattori ritenuti strategici per lo sviluppo e la valorizzazione delle iniziative culturali è rappresentato dal patrimonio naturale, storico-artistico e immateriale. Ad esempio, il riferimento al paesaggio è un elemento che segna in modo netto la natura e lo scopo dell'iniziativa culturale sino a definire il nome del progetto culturale, come nel caso del festival UMdL e in quello dell'associazione Landscape.

Un ulteriore tratto in comune che emerge dalle interviste è il ruolo pivotale che il patrimonio storico-artistico e immateriale esercita nel determinare il focus della produzione culturale. Infatti, il patrimonio etno-antropologico testimoniato dalla popolazione più anziana di Gangi ha reso possibile una rilettura dei canti agricoli della tradizione contadina grazie alla collaborazione tra un musicista contemporaneo e la direzione artistica del festival UMdL. Altri esempi riguardano il progetto culturale per Centuripe con cui le straordinarie incisioni rupestri Neolitiche del sito "Riparo Cassataro" sono state oggetto di confronto

con la grafica del Novecento. Similmente, il borgo centuripino ha fatto leva sulla sua storia romana per lo sviluppo di un percorso museale incentrato sull'idea di "città imperiale".

È opportuno richiamare il positivo esempio di Landescape che grazie a forme sperimentali di co-gestione di beni comuni ha ottenuto un finanziamento a valere sul bando PAC2020 del Ministero della Cultura per lo sviluppo di un progetto espositivo finalizzato alla realizzazione di un'opera d'arte e successiva acquisizione alla collezione permanente del M.A.C.A (Museo d'Arte Contemporanea di Alcamo). Queste azioni determinano uno sviluppo qualitativo dei progetti culturali e contribuiscono positivamente all'immagine delle iniziative così da accrescere l'interesse verso il progetto e amplificare la valenza della produzione culturale.

L'importanza delle risorse relazionali mette in evidenza il contributo che gli attori locali possano offrire al progetto di produzione culturale. Tale contributo si sostanzia nell'integrazione di risorse esterne, ossia quei fattori non direttamente attivabili dalle singole organizzazioni promotrici dell'iniziativa. Pertanto, saper alimentare una rete di relazioni con gli stakeholder è di vitale importanza per lo sviluppo del progetto culturale nelle aree marginali, come evidenziato dagli intervistati.

Per tutte e tre le iniziative oggetto di studio, il consolidamento della relazione tra progetto e comunità è un mezzo/fine perché essa nutre di idee la produzione culturale e ne orienta le finalità. Perseguire questo obiettivo però non è sempre semplice in quanto richiede un'attitudine dell'organizzazione a coinvolgere attivamente i diversi portatori di interesse che operano nella comunità, ben al di là della loro semplice partecipazione agli eventi. Ciò richiede un processo dialogico di creazione di senso comune che abbia un adeguato spazio pubblico al fine di individuare le necessità di cui la relazione tra progetto e comunità deve farsi carico. Ad esempio, come evidenziato dal Sindaco di Centuripe, il contributo delle associazioni locali si è rivelato fondamentale per il supporto offerto alla gestione degli spazi espositivi. Dello stesso avviso è la Presidente dell'Associazione Fuorilogos quando racconta del prezioso contributo che la comunità di Gangi ha offerto per la narrazione della storia delle botteghe antiche del centro storico.

In questo percorso, la comunicazione è determinante per innescare il coinvolgimento attivo della comunità locale e per raggiungere altri interlocutori al di fuori del contesto di riferimento. In questa prospettiva, evidenziare le

tematiche sottese allo sviluppo dei progetti di rigenerazione nelle aree marginali può costituire un elemento intorno al quale creare consenso sul progetto e irrobustire la rete di relazioni di cui esso si nutre. I tre casi offrono validi esempi di iniziative di comunicazione protese a tali scopi. Ad esempio, il coinvolgimento di intellettuali e personalità della cultura, come il poeta e “paesologo” Franco Arminio, nel caso del festival UMdL, o l’esposizione di capolavori artistici fortemente legati al territorio, come il ritorno temporanea della Testa di Augusto al Museo Archeologico regionale di Centuripe.

L’efficacia della comunicazione dipende dalla qualità del messaggio e dalla frequenza con cui tali strumenti vengono utilizzati. Per la promozione delle iniziative culturali, le organizzazioni responsabili hanno fatto ampio ricorso a diversi strumenti di comunicazione, tra cui ufficio stampa, siti web specifici e canali social dedicati alle iniziative. Ciò è stato possibile in quanto ciascuna organizzazione oggetto di questo studio dispone al suo interno di risorse umane con competenze professionali per comunicare le attività culturali in modo adeguato.

Gli esempi discussi in questo lavoro evidenziano come il contesto territoriale abilita i progetti di produzione culturale a perseguire degli obiettivi di rigenerazione delle aree marginali. Irrobustire un legame tra comunità e territorio nel confronto con artisti e intellettuali nazionali e internazionali, alimentare l’identità di una comunità attraverso la valorizzazione del patrimonio storico-artistico materiale e immateriale e favorire lo sviluppo di imprese innovative nei settori tradizionali e creativi facendo leva sulla contaminazione che può essere innescata da manifestazioni culturali di rilievo. Questi rappresentano dei possibili percorsi di rigenerazione che le iniziative di produzione culturale nelle aree marginali sono in grado di avviare. Tali percorsi sottendono un approccio da sapiente bricoler con cui gli attori locali valorizzano le risorse che hanno a disposizione per strutturare un legame tra iniziative culturali e “capitale territoriale” (Camagni et al, 2020). Ciò implica una consapevole valorizzazione degli elementi materiali e immateriali, pubblici e privati, cognitivi e relazionali che caratterizzano il contesto. In questo modo è possibile superare l’idea tradizionale – e forse un po’ ingenua – secondo cui il legame tra contesto e produzione culturale debba essere valorizzato soprattutto in chiave turistica.

5. Conclusioni

Questo lavoro ha illustrato il nesso tra contesto territoriale e progetti di rigenerazione a guida culturale nelle aree marginali. Attraverso l'analisi di tre casi di studio riferibili a progetti creativi, lo scritto ha evidenziato come il "capitale territoriale" è in grado di influenzare la produzione culturale contemporanea nelle aree marginali, così da favorire percorsi di rigenerazione a guida creativa.

Dall'analisi emerge che il contesto delle aree marginali presenta dei limiti in relazione alla disponibilità di certe risorse chiave per l'avvio e lo sviluppo delle iniziative di produzione culturale (e.g., risorse finanziarie, logistiche, organizzative) che potrebbero scoraggiare gli attori locali. Per far fronte a ciò, i soggetti promotori delle iniziative devono essere fortemente motivati e avere un'attitudine a tessere delle solide reti di relazioni in cui coinvolgere la comunità, i diversi pubblici e quegli interlocutori che possano più di altri contribuire significativamente allo sviluppo dell'iniziativa. Ciò implica una strategia di comunicazione affidabile in grado di veicolare i valori e la mission dei progetti culturali anche attraverso un'identità visiva coerente e accattivante. In questo modo, il contesto territoriale è in grado di abilitare i progetti di produzione culturale a perseguire degli obiettivi di rigenerazione delle aree marginali. Per far ciò, appare necessario far leva sulle risorse che il contesto offre, tra cui le tradizioni locali, l'identità della comunità, il patrimonio storico-artistico materiale e immateriale, al fine di favorire lo sviluppo di iniziative (anche imprenditoriali). In questo modo, il contesto territoriale caratterizza la produzione culturale contemporanea che, a sua volta, contribuisce allo sviluppo di possibili percorsi di rigenerazione delle aree interne e marginali.

Bibliografia

Anholt, S. (2011). *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 1–7.

Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2021). *Towards an entrepreneurial ecosystem typology for regional economic development: the role of creative class and entrepreneurship. Regional Studies*, 55(4), 735–756.

Bianchi, C., & Vignieri, V. (2020). *Dealing with “abnormal” business growth by leveraging local area common goods: an outside-in stakeholder collaboration perspective. International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(3), 613–634.

Davies, S. M. (2010). *The co-production of temporary museum exhibitions. Museum Management and Curatorship*, 25(3), 305–321.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Hosagrahar, J. (2015). *Urban Heritage and Sustainable Development: Challenges and Opportunities in South Asia. Sustainability in Heritage-related Disciplines. Heritage Studies Series*, 3.

Kelliher, F., & Reinl, L. (2009). *A resource-based view of micro-firm management practice. Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(3), 521–532.

Lévi-Strauss, C. (1966). *The Savage Mind*. London: Weidenfeld and Nicolson.

Lorenzoni, G. and Baden-Fuller, C. (1995), *Creating a strategic center to manage a web of partners, California Management Review*, Vol. 37 No. 3, 146-163.

Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). *The resource-based view within the conversation of strategic management. Strategic Management Journal*, 13(5), 363–380.

McKeever, E., Jack, S. and Anderson, A. (2015), *Embedded entrepreneurship in the*

creative re-construction of place, *Journal of Business Venturing*, Vol. 30 No. 1, 50-65

OECD. (2018). *Culture and local development*. Paris: OECD Publications.

Porter, M.E. (1995), *The competitive advantage of the inner city*, *Harvard Business Review*, Vol. 73 No. 3, 55-71.

Roberts, L. (2018). *Spatial Bricolage: The Art of Poetically Making Do*. *Humanities*, 7(2), 43.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research methods for business students*. New York: Prentice Hall.

Shaw, E., Wilson, J. and Pret, T. (2017), *The process of embedding a small firm in its industrial context*, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, Vol. 35 No. 3, 219-243.

Sheehan, L., Ritchie, J.R.B. and Hudson, S. (2007), *The destination promotion triad: understanding asymmetric stakeholder interdependencies among the city, hotels, and DMO*, *Journal of Travel Research*, Vol. 46 No. 1, 64-74.

Staub, A. (2019). *Stakeholder theory as a paradigm for cultural production of the built environment*. *ARCC Conference Repository*, 1(1 SE-Peer-reviewed Papers). <https://www.arcc-journal.org/index.php/repository/article/view/616>

Unesco. (2018). *Culture for the 2030 Agenda*. Paris: Unesco.

Vignieri, V. (2020). *Leveraging Collaborative Governance: How Co-production Contributes to Outcomes and Public Value in a Small Town*. In C. Bianchi, L. F. Luna-Reyes, & E. Rich (Eds.), *Enabling Collaborative Governance through Systems Modeling Methods* (47–71). Zurich: Springer.

Vignieri, V. (2019a), *Framing the sources of image of a local area through outcome-based dynamic performance management*, *Public Organization Review*, Vol. 19 No. 2, 249-271.

Vignieri, V. (2019b), *Destination governance at stake: fostering policy coordination among decision- makers of a small town*, *Tourism Planning and Development*, Vol. 16 No. 5, 556-574

Welter, F. (2011). *Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184.

Questo titolo è un volume della collana:

Perspectives. *Politiche pubbliche e management per la comunità, la cultura e il territorio*

Diretta da Vincenzo Vignieri

Comitato Scientifico:

Giuseppe Antista, Accademia di Belle Arti di Palermo

Laura Barreca, Accademia di Belle Arti di Palermo; Museo delle Arti di Carrara;
Museo Civico di Castelbuono.

Vincenzo Vignieri, Dipartimento di studi Aziendali e Giuridici, Università degli
Studi di Siena.

Le proposte editoriali in lingua italiana o inglese all'interno di questa collana
vanno inviate a mezzo email ai seguenti indirizzi:

vincenzo.vignieri@gmail.com

info@edizioniarianna.it

MILLEPERIFERIE

Percorsi di rigenerazione a guida culturale e creativa per i borghi e le aree interne e marginali
a cura di Vincenzo Vignieri

ISBN 979-12-80528-17-9

Tutti i diritti sono riservati. È vietata la riproduzione anche parziale.
Copyright©2020 Edizioni Arianna s.r.l.
Via Zefiro, 1 – 90010 Geraci Siculo
Tel. 0921 643378

info@edizioniarianna.it
www.edizioniarianna.it
www.facebook.com/EdizioniArianna
www.twitter.com/AriannaEdizioni
instagram: edizioniarianna

In copertina: Le ricamatrici di Angela Sottile, 2021 - Geraci Siculo

Impaginazione e progettazione grafica:

Migi Press snc

www.migipress.it

Sede legale: via Lombardia 64, Gangi (Pa)

Sede operativa: via Giuseppe Alessi, 44 Palermo

Tel. 091336915

info@migipress.it



stampa: Priullaprint s.r.l.

Questo volume accoglie i lavori di ricerca dell'“Osservatorio MILLEPERIFERIE” con l'obiettivo di offrire un punto di vista ampio e plurale sui percorsi di rigenerazione a guida culturale per i borghi e le aree interne e marginali.

Per fronteggiare le sfide complesse sottese alla rigenerazione dei borghi e delle aree interne e marginali, il volume discute il contributo che la produzione culturale può offrire per sostenere percorsi autopoietici, che possano favorire una graduale trasformazione della società che consenta una adeguata integrazione tra tradizione e innovazione.

La produzione culturale e creativa rappresenta un rilevante campo di indagine per comprendere in che modo le diverse strategie, iniziative e pratiche configurino percorsi in grado di incidere su diversi fattori critici di tipo culturale, ecologico, sociale, politico, istituzionale, tecnologico ed economico, così da rigenerare la comunità nel territorio.

MILLEPERIFERIE intende offrire una base programmatica per orientare l'azione rigenerativa dei *policy-maker* verso lo sviluppo di iniziative culturali in grado di favorire un cambiamento valoriale nella società proteso alla bellezza e alla creatività.



Perspectives

*Politiche pubbliche e management per la comunità,
la cultura e il territorio*