

La natura dell'Atlante

Le motivazioni e gli obiettivi. Dalla contiguità geografica alla rete di territori qualificati?

di Antonino Zaniboni

1. Una ricerca per un progetto complesso. L'“Oriente Padano” lombardo-veneto-emiliano

Due ordini di quesiti è importante porsi preliminarmente.

Innanzitutto: è possibile o agevole passare da una contiguità geografica a una rete qualificata di territori caratterizzati? E' sufficiente a questo scopo che il legame geografico sia arricchito da alcuni, pur significativi, legami storici e ambientali?

In secondo luogo: dopo questa ricerca, che cosa resterà? Un progetto magari “nuovo” e moderno, ma senza potenzialità di radicamento?

Le domande che è giusto porsi sono suppergiù proprio queste.

In effetti, quand'anche fosse tracciato un reale sistema di area vasta e di rete organica, quand'anche la ricerca, l'analisi, la lettura della realtà di un territorio articolato e complesso fossero perfette, come si potrà definirne l'utilità pratica, che cosa resterà sul campo di permanente o di duraturo? Quali strumenti di proiezione e di prospettiva? Ci potranno essere pertinenti e solidi "luoghi" di governo dei processi individuati?

Questo tipo di preoccupazioni è valido nel caso di ricerche e progetti per un territorio definito, economicamente e culturalmente compatto o comunque con identità già tracciata; ma è particolarmente intenso quando, come nel nostro caso, si affronta una possibile geocommunity o un'area vasta, che abbia sì alcuni significativi fili connettivi, ma molti altri solo potenziali e in larga misura inespressi per quanto riguarda la realizzazione di un soggetto unitario. Un'area di questa natura avrà storie e retaggi di rapporti veri e forti ma oggi non ancora recuperati in misura significativa all'evidenza; avrà territori in sé ricchi di connotati e caratterizzazioni specifiche, e perciò presenti singolarmente sul mercato culturale, turistico, economico; essi non fanno tuttavia sistema, non fanno rete, mancano di interconnessioni forti. E' il caso dell'area vasta che questo lavoro intende indagare nella motivata convinzione che le potenzialità di interrelazione culturale, economica, ambientale turistica siano notevoli e suggestive. L' "Oriente Padano" lombardo-veneto-emiliano infatti con le polarità Ferrara, Mantova, Ravenna, Rovigo, ha forti risorse di coesione sulle orme di tracce storiche, culturali, economiche, ambientali rilevanti: le grandi impronte intrecciate dal Rinascimento, dalla sua arte, dalle sue arti e dalle sue corti; dall'incontro culturale e artistico dell'oriente e dell'occidente; e parallelamente dai mercanti e dalle testimonianze spirituali e religiose; le storie segnate dalle multiformi espressioni del Po, qui più che altrove attivo per i suoi fasti e talvolta anche per i suoi nefasti; i circuiti culturali attuali pur embrionali e perciò in attesa di nuove pulsioni; le dislocazioni di impresa e di lavoro; le commistioni creative proprie dei luoghi di frontiera.

"Le città di Isabella e Lucrezia"; "la culla di Virgilio e la tomba di Dante"; "le terre del Po e il grande delta": segni e simboli non irrilevanti di vincoli che significativamente aiutano a dare una nuova vision al futuro, a dare concretezza alle reali prospettive di rete.

Quanto presente e quanto futuro possano trarre impulso dalle tracce e dagli intrecci della storia e della natura dipende dalla consapevolezza e dalla volontà di cogliere le opportunità offerte da una possibile razionale rete di area vasta capace di interpretare le dinamiche economiche e civili del nostro tempo. Alcuni indicatori ci segnalano anche tre ulteriori e particolari ambiti di ricerca e di conseguente lavoro sui quali ci sembra opportuno impegnarci:

a) oltre alle già accennate analogie, queste “terre” prefigurano altre affinità: all’interno delle rispettive regioni sono state tradizionalmente marginali; ora sono per significativi aspetti soggetti protagonisti e spesso di vertice nei parametri misti produzione-innovazione-qualità della vita-capacità di internazionalizzazione-coesione sociale. Questo lavoro si prefigge anche di verificare che dimensioni abbia questo processo;

b) vi sono molti elementi che ci fanno ritenere che vi sia qui una grande potenzialità e una significativa opportunità: si può aspirare a segnare in questa area vasta e multipolare un itinerario alternativo-complementare rispetto ai consolidati e dominanti itinerari turistico-cultural-economici. E’ questo un obiettivo possibile, ponderato, quindi senza presunzioni provincialistiche? Esso risponde anche a una domanda ormai diffusissima di alternative e di innovativa razionalizzazione, che peraltro anche gli osservatori più acuti dall’interno dei grandi poli e delle reti di richiamo guardano con interesse;

c) è importante tener presenti le connessioni forti e naturali, e indispensabili a una indagine e a una azione complete, con l’area veronese e con quelle del destra Po reggiane, modenesi, fino all’Adriatico.

L’Oriente Padano ha quindi una sua vasta e delineata vocazione che questa nostra ricerca indica e propone.

2. I territori definiti, premessa della rete di Area Vasta

Si può quindi tessere una trama suggestiva e nuova in questa vasta area “Oriente padano” lombardo-veneto-emiliano. A partire dalle eccellenze dei singoli territori, anzi dai territori eccellenti. Essi stessi possono scoprire un significativo valore aggiunto, un moltiplicatore efficace se immessi in una rete sistemica: motivata dalle oggettive contiguità geografiche ambientali e storiche, in grado di descrivere ed esprimere un intelligente sistema multipolare in cui la circolazione delle “aristocrazie” nei diversi campi esalti le capacità competitive degli stessi territori nella loro singolarità attraverso un arricchimento reciprocamente complementare; un sistema di territori già qualificati o in via di definizione, una area vasta a macchia di leopardo e quindi una possibile rete che ne esalti le tipicità distintive e ne descriva le potenzialità unitive.

“Il delta del Po”, “L’Oltrepò mantovano”, “Le valli di Comacchio”, “Il Polesine”, “Le Terre di Faenza”, “Le città della costa”, le “Vallette di Ostelato”, “L’area morenica mantovana”, “Le terre dei Gonzaga”, “L’area bizantina”

Territori intimamente ricchi di storia e di presente: ora singolarmente, domani come rete. Una vasta area multipolare; territori già in sé significativi e in prospettiva accresciuti come soggetti protagonisti di sistema.

Il lavoro che qui presentiamo ambisce a descrivere un itinerario verso

questo obiettivo e a proporre le possibili forme di consolidamento e di prospettiva duratura.

Questo lavoro ha quindi vari livelli di motivazione e di approccio, ma dà valore primario al sapersi calare esplicitamente all'interno delle singole peculiarità territoriali, di riscoprirne le molle propulsive, di rilevare nuove opportunità in particolare quelle che più fortemente manifestano la vocazione alla rete di area vasta.

E' questo anche un processo di conoscenza comparata che porta ad affinare gli stessi strumenti di promozione e i processi di caratterizzazione dei singoli territori.

3. La domanda di nuove forme di pensare i "territori-comunità"

Siamo di fronte a una fase di ripensamento e nuova della ricerca e della progettazione territoriali. Questo lavoro sull'Area Vasta "Oriente Padano" lombardo-veneto-emiliana intende cogliere e interpretare questa novità.

Gli studi di territorio hanno avuto e hanno sedi qualificate di attenzione, ma sono chiamati ora più che mai alla necessità di adeguare i propri strumenti e le stesse più esclusive e intime logiche di lavoro. Potrà sembrare forzato, ma per certi aspetti anche parole storicamente consolidate come "territorio", "marketing territoriale", "piani strategici" hanno perso la pregnanza da cui avevano tratto impulso e valore innovativo.

In realtà stiamo attraversando una fase di salutare ritessitura degli elementi che stanno alla base della esigenza di rimotivare quel vocabolario alla luce delle dinamiche nuove.

Parallelamente gli strumenti di governo del territorio sono di fronte ad un processo di riassetto istituzionale ancora indefinito ma tuttavia reale che li porterà, e già li porta, alla ricerca di forme adeguate alle evoluzioni e al dinamismo del tessuto economico e civile.

È innegabile che a questo riguardo si pongono problemi evidenti di reinterpretazione dei ruoli di governo e di gestione delle "comunità locali" e delle "reti delle comunità locali". Lo chiedono fenomeni di varia natura, che vanno da sorprendenti flussi di mobilità della popolazione, ai problemi di coesione sociale, alla dislocazione dei centri produttivi, al rapporto delle attività produttive locali con la dimensione della Nuova Europa e dei mercati totali.

Si pongono quindi in forma prima non avvertita questioni comunemente chiamate "di ambiente". Ora la qualità dell'ambiente è una questione che scavalca, nemmeno si pone il problema dei confini angusti cui è stata storicamente legata. Si colloca in una dimensione complessiva della qualità integrale della vita: luoghi di lavoro, tempo libero, cultura, l'abitazione, la salute, la cura del corpo, il tessuto civile, la cittadinanza matura.

Si tratta di una logica di sistema nella quale il rapporto persona-ambiente-sviluppo-territorio-istituzioni mette alla prova in modo esigente, antiretorico i pronunciamenti per lo sviluppo sostenibile e per la compatibilità.

In questo ambito ci interessa acutamente verificare se nella cornice acquisita della logica di sistema trova spazio la concezione matura di territorio come “comunità”. In pratica il passaggio consapevole, l’evoluzione da “territorio” a “comunità locale”.

4. Le sorprese delle dinamiche sociali e il difficile governo delle reti territoriali

In questa fase caratterizzata dalla necessità di ritessere le motivazioni profonde dell’analisi e della organizzazione delle reti locali si manifesta con evidenza il dualismo aspettativa/sfiducia. E crediamo di cogliere anche alcune spiegazioni. L’esigenza di risposte aggiornate in grado di interpretare le dinamiche interne alla società locale parte infatti da alcuni innegabili punti di caduta che possiamo focalizzare con sufficiente precisione: da un lato l’affievolirsi della fiducia e dell’adesione ai progetti e alle strategie di prospettiva è motivato chiaramente dalla difficoltà di fissare luoghi di decisione reali e strutture di riferimento solide per la creatività permanente, per la promozione evoluta e per il “mercato”; per la formazione, la comunicazione e la partecipazione; per la valutazione e la verifica delle realizzazioni, per la continuità della logica unitaria e non frammentata. Da un altro lato la difficoltà di progettare il territorio trova motivazione nell’assenza di rassicuranti itinerari di programmazione economica, data l’incertezza di un quadro normativo in fieri. Da un altro lato ancora si rileva troppo spesso la distanza tra la ricerca, il progetto e la realizzazione. Molte ricerche, pochi progetti, difficili realizzazioni.

Riteniamo importante sottolineare, quasi a sintesi delle criticità più evidenti delle forme più mature di promozione di territorio-comunità, di area vasta, di geocommunity, che esse traggono motivo anche dai ritardi e dalle resistenze oggettive alle moderne vocazioni della nuova statualità, in particolare del governo integrato del territorio. È evidente che alla logica della promozione integrata attraverso una commistione sapiente degli “oggetti” eccellenti o, come preferiamo dire, delle “aristocrazie” delle tipicità territoriali, deve corrispondere l’integrazione efficiente dei soggetti attori pubblici e privati: una integrazione non dovuta, non modaiola, non di superficie ed effimera, bensì avvertita come necessaria, inevitabile, sostanziale per la nuova statualità e per la concezione evoluta di “territorio-comunità”.

È il problema delle classi dirigenti per il governo dei processi strategici e della loro gestione; ed è una questione complessiva, dalla quale nessun soggetto protagonista nelle istituzioni, nell’impresa, nel lavoro, nel credito,

nella cultura, nella Università, nelle diverse espressioni della società civile organizzata può sottrarsi.

Vanno pensati e sperimentati i processi di ritessitura delle forme metodologiche e strumentali finalizzate alla robustezza dei territori, della loro competitività e della loro capacità di rete. E' questo una delle motivazioni stimolanti di questo lavoro.

Innanzitutto è importante avere il convincimento che sia possibile trovare le forme e gli strumenti efficaci attraverso i quali i processi di definizione della identità locale e della sua qualificazione vengano diffusamente avvertiti come elementi essenziali della competizione tra territori, resa "nuova" e diversa qualitativamente e strutturalmente in un mondo cambiato radicalmente dal "mercato totale" che ha improntato i mercati e gli investimenti.

La competitività è una qualità determinante per i territori che vogliono darsi solide premesse per assicurarsi significativi flussi di investimenti economici, di persone, di visitatori. La capacità di appeal trova quindi, nel livello di eccellenza, di qualità, di caratterizzazione dell'imprinting territoriale, della capacità della pubblica amministrazione e delle élite dirigenti complessivamente intese di governare i processi di qualificazione duratura e di promozione alta, i presupposti indispensabili di successo in un tempo di appuntita e nuova era della competizione tra territori per l'acquisizione di risorse dalla economia globale.

Il marketing territoriale strategico trae anche da qui la spinta innovativa per prospettare la promozione a tutto tondo dei territori-comunità; la strutturazione delle forme e delle procedure per "vendere" il sistema-territorio; la cura ad attrezzarlo modernamente al suo interno e nella forza di richiamo.

Si riscontrano, in particolare, spesso carenze vistose nel campo della comunicazione, sezione assai delicata del marketing strategico territoriale.

Comunemente si pensa alla comunicazione come voce pressoché esclusiva del sistema promozionale, ma non è così. Certo, comunicare per promuovere e vendere è fondamentale, ma non meno importante è "comunicare all'interno": un sistema-territorio è solido, duraturo, permanente quando sono convinti dell'impresa i soggetti attori, tendenzialmente tutta la comunità locale, in un processo di identità collettiva che in pratica è una consapevolezza comune, una realtà culturale. La comunicazione interna rafforza inoltre il progetto-sistema per la trasparenza dei protagonisti, delle scelte, degli affari, delle prospettive.

Comunicare che cosa? Un territorio è un oggetto comunicabile e vendibile quando la sua qualità e la sua natura sono buone e appetibili, quindi quando rispondono a parametri fondamentali. Innanzitutto deve essere limpida la omogeneità del territorio, limpidi i suoi denominatori comuni, le aristocrazie delle sue caratteristiche artistiche, culturali, economiche, ambientali, storiche.

Accade spesso che un territorio sia noto e caratterizzato per un elemento pressoché esclusivo: il vino, il formaggio, il Rinascimento, il Medioevo, il Barocco, l'ortofrutta, un elemento naturale o ambientale. I territori più forti son quelli che, pur intorno ai naturali elementi dominanti, sanno costruire un mix, una integrazione, una contaminazione di varie eccellenze.

È questo uno degli elementi indispensabili alla promozione integrata, la promozione di una complessità prestigiosa, di un soggetto unico, competitivo per le sue significative interconnessioni.

Le esigenze di una competitività nuova e quindi di una cura costante alla identità e alla qualificazione territoriale chiamano a nuove forme di responsabilità le classi dirigenti locali. La normalità tradizionale della ordinaria amministrazione è buona cosa. Talvolta addirittura distintiva e non prerogativa di tutti. Ma oggi va accompagnata con molto di più. Con una grande capacità di inventare strumenti e pensieri che non sono offerti dal normale e usuale corso delle cose. Si resterebbe in questo modo indietro. La promozione integrata dei soggetti attori del territorio deve inventare strade aggiornate, se possibile inattese; deve sorprendere. Il "mercato" va oggi affrontato in modi inusuali; la competitività non viene più garantita nemmeno dalle tradizioni forti, tanto meno dalle raffinate potenzialità inesprese, bensì dalla capacità di proposte e di "invenzioni" aggiornate.

È indispensabile quindi orientare i singoli territori, le comunità locali secondo le peculiarità del nuovo mercato, secondo una dinamica aggiornata costantemente; è indispensabile consolidare i parametri dei territori definiti e completare le strutture di quelli in via di definizione.

Il sistema "Delta del Po" o l' "Oltrepò Mantovano" o le "Vallette di Ostellato" o altro, hanno poche alternative: o affinano costantemente la loro forza-sistema già consolidata e definita e fanno appello in modo organico alle proprie qualità di punta; o chi ha avviato il processo di definizione territoriale lo porta a compimento scegliendo la via della competitività matura; o si rimane in mezzo al guado e si soccombe.

5. La coalizione multipolare e la rete dell'Area Vasta

L'identità territoriale tuttavia ha un ulteriore, indispensabile, elemento di forza nella capacità di essere estroversa; se non si ripiega su se stessa, se non rimugina le sue tentazioni autoreferenziali. Se è aperta. Se sa scegliere sapientemente le "alleanze" con territori vicini in una logica di area vasta, oppure, in una logica da metadistretto collegandosi con altri territori non contigui geograficamente, ma omogenei per alcuni denominatori comuni forti e complementari.

In questa logica di convergenza strategica sta l'opportunità di alleanze forti, ma soprattutto la realizzazione di reti naturali e con potenzialità sistemiche.

Questo vale per il sistema-territorio nella sua forza aggregativa, la network capacity, anche insieme con territori robusti e competitivi in una logica di “sapiente misura”, preoccupata di realizzare un moltiplicatore delle reciproche opportunità più che dei rischi della competizione.

È il caso dell’Area Vasta oggetto di questo lavoro per la quale intravediamo le potenzialità di rete razionale e motivata, nella quale le singole comunità locali caratterizzate assumono il ruolo di poli territoriali che danno all’area le loro qualità e nello stesso tempo traggono arricchimento dalla logica di rete e dai singoli poli interlocutori sinergici. Sarà importante impostare un ulteriore passo di riflessione nella direzione di convergenze solide perchè naturali con altre aree per ciascun territorio (l’area veronese, romagnola, ...).

Si tratta comunque in realtà di una coalizione multipolare in cui la rete e i singoli poli territoriali si configurano come reciproco valore aggiunto.

In effetti un’Area Vasta trae il suo significato più profondo dalle connessioni forti e dai denominatori comuni reali e complementari, ma trae la sua forza motrice dalla capacità di governare i processi e le potenzialità.

Certo, un’Area Vasta o una geocommunity hanno caratteristiche diverse da un territorio compiutamente caratterizzato e definito. Non è necessario, né importante che in esse conviva la totalità delle funzioni strategiche. E’ piuttosto rilevante che nell’area vasta siano attive “quelle” funzioni fondamentali, governate dalla coalizione di più soggetti protagonisti orientati a comuni impegni di sviluppo.

L’Area Vasta Ferrara-Mantova-Ravenna-Rovigo, in una prospettiva significativa di condivisione con Verona e con le aree del destra Po da Reggio e Modena al mare, ha a disposizione risorse funzionali importanti e caratteristiche culturali, storiche, economiche, ambientali e turistiche che motivano l’ambizione di questo lavoro.

Focus. LUCREZIA E ISABELLA. Il fascino indiscreto delle due cognate: lo sfarzo che conta e racconta

Relativamente al matrimonio di Lucrezia Borgia Signora di Ferrara, Isabella d’Este Signora di Mantova scrive che le donne “sfogiaranno ultra misura”, così da dare alla cerimonia un fascino e una valenza che si collocano adeguatamente nell’espressione di un edonismo senza fine.

Lo habito suo era una vesta d’oro tirato galezato di raso cremesino cum le manighe de camisa alla castigliana; una albernia sopra schiapata tutta da uno canto de raso morello, fodrata di zebelino; el pecto cum la camisa schiapata in mezo, alla fogia sua coperto. Al collo uno vezo de perle grosse cum uno balasso pendente forato cum una perla, imperò sotto. La testa senza lenza, cum una scuffia d’oro.

È lo sfarzo che conta e racconta; è lo scintillio delle pietre e il luccichio dell'oro che tengono la scena; sono gli abiti bellissimi delle ingioiellate dame, sono le feste che a ritmo incalzante si susseguono. È l'universo dell'aristocrazia che si trova come d'incanto calato in un *atanor* ribollente di sentimenti, di simbolismi, di sfarzo senza precedenti.

Focus. Tra Mantova e Ravenna. La culla di Virgilio e la tomba di Dante

Virgilio e Dante: dialogo tra poeti... nell'area vasta dell'aldilà

“Non omo, omo già fui,
e li parenti miei furon lombardi,
mantovani per patria ambedui.”

.....
.....

“Tu se' lo mio maestro e 'l mio autore;
tu se' colui da cu' io tolsi
lo bello stilo che m'ha fatto onore.”
