



Créativité et culture moteurs de développement

Introduction

Près de 50% de la population mondiale vit en agglomérats urbains (les mégalopoles du sud du monde, les métropoles, les villes globales du nord) toutes marquées par des transformations socio-économiques profondes, traversées par des changements marqués et radicaux avec des entières zones redessinées par des installations et fonctions qui modifient le vieux tissu industriel et productif, culturel et social.

Les styles de vie, de production et consommation qui ont déterminé les conditions socio-économiques, l'imaginaire, l'identité de quartiers et d'entières villes tombent en morceaux gouvernées par des dynamiques complexes qui essayent de se mesurer avec les effets de la globalisation, les flux migratoires, les inégalités croissantes économiques et sociales.

Tout cela tandis que la crise, qui s'est abattue sur le système financier mondial, mine beaucoup de certitudes et de sécurités non seulement parmi les familles et les consommateurs, mais aussi parmi les économistes et les *policy maker*.

Même dans les organisations internationales on entend de plus en plus parler de diminution, de développement durable, de nécessité de recycler, de consommer les produits locaux.

(par beaucoup de ceux qui jusqu'à récemment soutenaient avec acharnement les raisons du marché libre, tandis que les idées, les protestations du "peuple de Seattle" semblent résider dans les institutions internationales qu'autrefois étaient contestées).

En même temps, et de plus en plus, les grandes villes sont identifiées comme le royaume d'une créativité sociale, laquelle n'attend que d'être utilisée pour améliorer les conditions économiques et sociales de vivre et d'habiter, royaumes du possible, laboratoires où créer et mettre en œuvre des solutions pratiques et innovantes aux problèmes des Communautés.

Mais comment et à quel type, à quelle idée de créativité – qui puisse être utilisée comme moteur de développement dans les grandes zones urbaines – se référer, quelles sont les conditions afin qu'elle puisse réaliser des effets positifs et des rechutes en termes économico-sociaux?



En abordant la question créativité, avant tout il faut considérer que d'un côté il n'existe pas une définition qui peut en renvoyer le caractère complexe et multidimensionnel. Le sens commun définit tel que créatif quelque chose qui puisse introduire des éléments innovants dans un procédé ou dans un produit, tandis que dans le domaine de la psychologie on a utilisé plus de 60 définitions différentes de créativité (c.w.Taylor, 1988). De l'autre, il ne doit pas nous échapper que les connotations positives du concept de « créativité » sont telles à désarmer toutes les critiques possibles (ce qui s'oppose à la créativité est conservateur, triste, démodé) mais que l'utilisation souvent se lie à des stratégies seulement rhétoriques, qui utilisent des mots fétiche comme « nouveau », « durable » « développement », avec un sens si ample qui désormais ne signifie plus rien.

L'hypothèse de travail sur laquelle nous désirons nous mesurer, entend se référer à des tentatives et des projets utilisés par des Administrateurs et policy maker dans une perspective de projet qui, en faisant pression sur un modèle de développement basé sur le couple créativité/patrimoine, considère les cultures, les ressources du milieu et matérielles des Communautés urbaines de référence, en soutenant, en incitant, en activant la vocation de lier le passé avec le présent et le futur. Cela dans la conviction qu'à la base de la détérioration des conditions du milieu, de la diffusion des tensions sociales et ethniques, de l'inefficacité des actions des administrations locales, il y a souvent l'incapacité de « faire culture », parce que les Communautés mêmes oublient et perdent leur identité, incapables de créer des savoirs, d'innover, d'avoir une vision du futur, de pratiquer une critique diffusée de l'existant.

Et cela, mène inévitablement à l'affaiblissement de la cohésion sociale, à l'appauvrissement du patrimoine matériel et immatériel des Communautés mêmes.

Créativité, patrimoine culturel matériel et immatériel tels que moteur stratégique d'un projet de développement modelé sur des particularités, d'identités. A ce propos l'art. 2 de la Convention, utilisée par l'UNESCO en octobre 2003, définit le "patrimoine culturel immatériel" comme "les usages, les représentations, les expressions, les connaissances, le know-how – ainsi que les instruments, les objets, les produits manufacturés et les espaces culturels associés aux mêmes – que les communautés, les groupes et dans certains cas les individus, reconnaissent en tant que partie de leur patrimoine culturel ». En soulignant en même temps comme ce patrimoine « transmis par générations, est constamment recréé par les communautés et par les groupes en réponse à leur milieu, à leur interaction avec la nature et leur histoire, et il leurs donne un sens



d'identité et de continuité, en encourageant de cette façon la créativité et le respect pour la diversité.

A considérer, en même temps, qu'en 1972 déjà l'UNESCO utilisait la Convention sur le "patrimoine" dans le but de réaliser un système de sauvegarde des biens immeubles du patrimoine culturel et naturel; il définit tel que "patrimoine culturel" les monuments, les ensembles, les sites, et il fait une distinction entre le patrimoine culturel et l'autre naturel.

Outre à une analyse des expériences de succès, des bonnes pratiques par lesquelles on tire les éléments et les usages reproductibles, nous devrons nous demander quelles stratégies utiliser pour réaliser un "milieu favorable" capable d'activer un cercle vertueux de créativité et d'innovation qui garantisse la plus vaste participation de groupes et communautés sur les sujets de la récupération et du développement du patrimoine matériel et immatériel.

Quel rôle peuvent-ils dérouler comme catalyseurs les décideurs, les agences de formation, les organes, la société civile dans son ensemble.

D'innombrables études et les expériences sur les villes comme siège des industries créatives et ceux-là sur les villes comme lieux qui favorisent le développement de la créativité individuelle collective des acteurs sociaux.

Ainsi qu'il le soutient Landry "faire ville c'est un art, sans une recette, une discipline à haut taux d'adaptabilité et d'innovation, qui se caractérise pour la fluidité complexe de savoirs impliqués et la mise à jour continue d'objectifs et d'instruments traditionnels de planification territoriale, en marquant comment le recours à la créativité doit avoir le soutien d'une éthique qui aide les villes à devenir des lieux de solidarité réelle et de partage fonctionnelle et quotidienne parmi les individus et les groupes".

Quelqu'un des principes énucléés par les raisonnements de Landry peut avoir une fonction de référence :

- Suivre le caractère des cultures locales et leurs particularités, en restant cependant ouverts aux influences extérieures. Balancer local et global.
- Apprendre par ce que les autres ont bien fait mais ne pas le copier passivement.

Le troisième World Cities Management Workshop "Créativité et culture moteurs de développement" aura lieu à Naples le 2 et 3 juillet 2010 dans le Castel dell'Ovo.

Bientôt il sera disponible on line le programme détaillé des deux jours à la section Forum Universel des Cultures du site de la Municipalité de Naples.