


fare città

MAKING A CITY

From its founding, the fate of a city is not only about creating a community but especially about the economy which directly or indirectly determines its identity. Livorno was created to give a port to the Grand Duchy, Prato has always been linked to the fortunes of the textile industry, the Monte dei Paschi crisis seems to drag down the ambitions of the Siena territory, just to name a few.

The economy of a town follows the flow of the choices by which it is governed and which redefines it. This is especially evident in the so-called tourist cities where, even if the income from tourism makes up a small part (at regional level that is 6% of GDP, reaching 10% if the effects on other sectors is added) it still determines the image of the city, turning the historic centre into a kind of Disneyland where the rich and the poor all find their places of reference, luxury stores as well as fast-food chains, the same in every corner of world. Outside the 'centre' the city seems to disappear in a grid of overloaded streets where social complexities must regulate themselves and where the economy in an on-going structural crisis, finds new ways and new goals. With this number of TXT we have tried to put together snapshots of a world in the making, that of the urban economy. We've done this without scientific pretensions but with our usual determination to open windows and orient the curiosity of our readers.

a cura di
DANIELE LAURIA



IL DESTINO DELLE CITTÀ, FIN DALLA LORO FONDAZIONE, NON È SOLO LEGATO AL FARE COMUNITÀ MA SOPRATTUTTO ALL'ECONOMIA CHE DIRETTAMENTE O INDIRECTAMENTE NE DETERMINA L'IDENTITÀ. LIVORNO NASCE PER DARE UN PORTO AL GRANDUCATO, PRATO LEGA DA SEMPRE LE SUE SORTI A QUELLE DELL'INDUSTRIA TESSILE, LA CRISI DEL MONTE DEI PASCHI SEMBRA TRASCINARE AL RIBASSO LE AMBIZIONI DEL TERRITORIO SENESE, SOLO PER FARE QUALCHE ESEMPIO.

CERTO L'ECONOMIA DELLE CITTÀ SEGUE IL FLUSSO DELLE SCELTE CON CUI SI GOVERNANO E CHE NE RIDEFINISCONO IL "GENIUS LOCI". CIÒ È EVIDENTE NELLE CITTÀ COSÌ DETTE TURISTICHE DOVE, ANCHE SE L'ECONOMIA DEL TURISMO È UNA PARTE MINORITARIA (A LIVELLO REGIONALE VALE IL 6% DEL PIL, UN DATO CHE ARRIVA AL 10% AGGIUNGENDO LE RICADUTE SU ALTRI SETTORI) ORIENTA, PER COME VIENE GESTITA, L'IMMAGINE STESSA DELLE CITTÀ E NE TRASFORMA IL CENTRO STORICO IN UNA SORTA DI DISNEYLAND IN CUI IL RICCO E IL POVERO TROVANO I LORO LUOGHI DI RIFERIMENTO, IL NEGOZIO DI LUSO COME IL FAST FOOD, UGUALI IN OGNI ANGOLO DEL MONDO. FUORI DAL 'CENTRO' LA CITTÀ PARE SCOMPARIRE NEL RETICOLO DELLE STRADE AMMALATE DI TRAFFICO, DOVE LE COMPLESSITÀ SOCIALI DEVONO AUTOREGOLAMENTARSI E DOVE L'ECONOMIA TROVA, NEL PERDURARE DI UNA CRISI STRUTTURALE, NUOVE FORME E NUOVI OBIETTIVI.

CON QUESTO NUMERO DI TXT PROVIAMO A METTERE INSIEME INSTANTANEE DI UN MONDO, QUELLO DELL'ECONOMIA URBANA, IN DIVENIRE. LO FACCIAMO SENZA PRETESE DI CARATTERE SCIENTIFICO MA CON LA CONSUEVA VOLONTÀ DI APRIRE FINESTRE E ORIENTARE LA CURIOSITÀ DEI NOSTRI LETTORI.

l'area di Novoli a metà del secolo scorso con la fabbrica FIAT adesso sostituita dal 'quartiere' di San Donato