

Corso di Laurea magistrale
in Economia e Gestione delle Arti e delle Attività
Culturali

Tesi di Laurea

Arte contemporanea e conflitto a
Tophane

Relatore

Prof. Goldoni Daniele

Corelatori

Prof.ssa Calcagno Monica

Prof.ssa Portinari Stefania

Laureando

Marta Cazzola

816452

Anno Accademico

2011 / 2012

L'arte può avere un'influenza positiva

su una società di individui.

L'arte può essere un elemento distruttivo e

un aiuto al controllo di una società

basata sull'identità di massa.

Keith Haring

Indice

Introduzione	IX
Gentrification e ruolo dell'arte in Turchia	1
1.1 La gentrification	1
1.1.1 Definizione del termine.....	1
1.1.2 Teorie sulla gentrification	5
1.1.3 Critiche alla gentrification	9
1.2 Arte e cultura: opportunità o minacce?	12
1.2.1 Cultura e "creatività"	12
1.2.2 L'artista come pioniere	16
1.3 Lo sviluppo economico turco	19
1.3.1 Il capitale sociale: uno sguardo alla Turchia	19
1.3.2 Il boom del mercato dell'arte turco	30
Il caso di Tophane.....	35
2.1 Un quartiere gentrificato	35
2.1.1 L'Istanbul Modern e l'inizio della Gentrification	35
2.1.2 Cambiamenti in atto	39
2.2 Proposte culturali del quartiere.....	43
2.2.1 Gallerie d'arte	43
2.2.2 Centri culturali e musei.....	50
2.3 La rivolta degli abitanti.....	55
2.3.1 2010: l'anno di Istanbul Capitale Europea della Cultura.....	55
2.3.2 L'attacco alle gallerie d'arte.....	59
Riflessioni sul caso	67
3.1 La partecipazione come chiave	67
3.1.1 Riqualificazione urbana e città creativa	67

3.1.2	Benessere e cultura partecipativa	75
3.2	Nuove opportunità per Tophane	83
3.2.1	Sviluppo di luoghi per la convivialità	83
3.2.2	Arte Bottom-Up e piattaforme culturali	88
	Conclusione.....	95

Indice delle tabelle

Capitolo 1

Tabella 1.1 Dati generali	22
Tabella 1.2 Popolazione Turchia (indicatori di metà anno).....	22
Tabella 1.3 Popolazione di Istanbul.....	23
Tabella 1.4 Reddito pro-capite annuo e variazione del PIL Turchia	23
Tabella 1.5 Reddito Pro-capite ad Istanbul	24
Tabella 1.6 Disoccupati in percentuale sul totale	24
Tabella 1.7 Disoccupati in percentuale sul totale del 2009.....	24
Tabella 1.8 Livello di educazione in base all'età: fascia 25-39 anni (a sinistra) e fascia 40-64 anni (a destra), 2009.....	25
Tabella 1.9 Studenti universitari nel campo della cultura, totale e in percentuale rispetto agli studenti iscritti nell'anno accademico 2007/2008	26
Tabella 1.10 Studenti Erasmus degli anni accademici 2004/2005 e 2008/2009 ..	26
Tabella 1.11 Numero di attività culturali e scientifiche svoltesi nel 2008 e nel 2009 in Turchia.....	27
Tabella 1.12 Numero dei partecipanti alle attività culturali e scientifiche svoltesi nel 2008 e nel 2009 in Turchia.....	27
Tabella 1.13 Dati sulla partecipazione culturale in Turchia	28
Tabella 1.14 Dati sulla partecipazione culturale in Turchia nel 2006.....	29

Capitolo 3

Tabella 3.1 Impact of main descriptive variables on average PGWBI values. The bar refer to the interval range of PGWBI registered in each feature span.	76
Tabella 3.2 Relation among wellbeing ad participation to cultural activities according to disease burden	77
Tabella 3.3 Come l'arte e la cultura influenzano i rapporti sociali in una comunità	82

Indice delle figure

Capitolo 2

Figura 2.1 Progetto del Galata Port	40
Figura 2.2 Volantino del Tophane ArtWalk 07/10/2012	49
Figura 2.3 Mappa del quartiere con gallerie e centri culturali che partecipano a Tophane ArtWalk.....	50
Figura 2.4 Lavoro fatto dai bambini che partecipano alle attività di Hayaka Arti, esposto nella mostra di fine anno	53
Figura 2.5 Murales dell'evento Occupied Walls a Hayaka Arti	54
Figura 2.6 Persone davanti alla Galeri Non il giorno dell'inaugurazione.....	62
Figura 2.7 "Angel Ataturk or if Rodin was Kemalist", 2010, vernice per auto e poliestere, 45x95x95cm.....	62
Figura 2.8 Diamante culturale di Wendy Griswold.....	80

Capitolo 3

Figura 3.1 Il quartiere originale di Sulukule.....	90
Figura 3.2 Il quartiere ricostruito	90

Introduzione

Con questo elaborato si vuole approfondire il ruolo dell'arte contemporanea nella *gentrification*¹, cercando di comprendere come l'arte possa essere considerata una delle cause del fenomeno e di individuare forme culturali che permettano la partecipazione delle persone locali, non il loro allontanamento.

L'evoluzione della *gentrification* viene suddivisa in tre fasi: nella prima fase si può ancora definire una manifestazione sporadica, caratterizzata dall'arrivo dei cosiddetti pionieri, espressione di una sorta di movimento contro culturale. Nella seconda fase il processo si ancora maggiormente grazie ad un progressivo sostegno da parte dell'amministrazione pubblica. Nella terza ed ultima fase si raggiunge una *gentrification* generalizzata, che non si prefigura semplicemente come una strategia urbanistica con un piano residenziale definito, ma come l'inizio di un vero e proprio cambiamento della città, in cui si approda ad un paesaggio apparentemente democratizzato, in quanto percorribile da chiunque, ma estremamente poco egualitario nelle possibilità di consumo (di lavoro, di residenza)².

Tali trasformazioni si riversano su tutte le sfere della vita sociale urbana, al di là dei mutamenti sociali ed economici. Quindi, si riscontrano cambiamenti a livello culturale, interessando di conseguenza anche gli ambiti artistici. Le analisi sulla *gentrification* mettono però anche in rilievo come l'artista (individui e gruppi) costituisca un agente significativo per l'innesco di questi processi, essendo uno dei cosiddetti "pionieri" in quella prima fase descritta da Smith. L'arte viene quindi utilizzata come mezzo di trasformazione, che converte zone malfamate o dismesse in quartieri di lusso, con il conseguente aumento del flusso turistico e dei prezzi degli affitti. In questo modo le persone del luogo si sentono private delle loro strade e vengono portate a non identificarsi più nell'area in cui vivono, dovendosi spesso trasferire altrove. Per approfondire l'argomento si prenderà

¹ Processo attraverso il quale persone di media classe occupano residenze in un tradizionale

² Smith N., *Gentrification Generalized: From Local Anomaly to Urban 'Regeneration' as Global Urban Strategy*, in Fisher M., Downey G., *Frontiers of Capital: Ethnographic Reflections on the New Economy*, NC: Duke University Press, Durham, 2003.

come caso il quartiere di Tophane a Istanbul, luogo in cui il 21 settembre 2010, in occasione di inaugurazioni congiunte, alcune gallerie e i partecipanti agli eventi sono stati assaliti da una trentina di persone locali. Dopo l'episodio, galleristi e polizia si sono riuniti per capire l'entità del problema e gli eventuali sviluppi nel tempo, cercando di mantenere un clima di collaborazione. In questo contesto però non sono mai state coinvolte le persone locali, facendo quindi intuire la presenza di una questione irrisolta, che prima o poi potrebbe sfociare in un'altra rivolta.

L'inaugurazione dell'Istanbul Modern, museo privato di arte contemporanea, nel 2004 a Karaköy, quartiere che si trova esattamente sotto Tophane e che costeggia il Corno d'oro, può essere visto come l'evento principale del piano di risanamento urbanistico della zona. Grazie al flusso di turisti attratti dalle mostre, l'intera area limitrofa ha subito cambiamenti radicali, spingendo molte gallerie d'arte a collocarsi ex novo o a spostarsi nel quartiere culturale dedicato all'arte contemporanea. In questo momento sono presenti una decina di gallerie d'arte che propongono opere di artisti turchi e internazionali. Inoltre sono stati creati due centri culturali: Hayaka Arti, che coinvolge le persone e in particolare i bambini del luogo e il DEPO, che si propone come uno spazio di dibattito e scambio culturale. Il centro è la prima istituzione turca che si focalizza nelle collaborazioni regionali tra Turchia e alcune città nel Caucaso, nel Medio Oriente e nei Balcani³.

L'elaborato approfondisce il tema della gentrification, partendo dal significato del termine per arrivare a capire cosa implica dal punto di vista sociale, economico e culturale. Ci si concentrerà in particolar modo su processi urbanistici che hanno comportato la creazione di "quartieri culturali" o in cui la componente artistica ha giocato un ruolo fondamentale. Inoltre si analizzerà brevemente il mercato dell'arte in Turchia, focalizzandosi su quello di Istanbul, partendo dal suo sviluppo fino alla cosiddetta "bolla"⁴ dell'arte contemporanea. Per questa parte si sono riscontrate delle difficoltà nel reperimento dei dati poiché esistono poche analisi del mercato

³ www.depoistanbul.net/en/about.asp.

⁴ Hansen S., Istanbul art boom bubble, *New York Times*, 10/02/2012. http://www.nytimes.com/2012/02/12/magazine/istanbul-artboombubble.html?pagewanted=all&_r=0.

artistico⁵ e una scarsa attenzione per l'affluenza e la partecipazione culturale, di cui si sono trovate statistiche riguardanti soltanto gli ultimi anni.

In seguito si presenterà il quartiere di Tophane, partendo dai progetti che hanno portato al cambiamento per arrivare alla situazione attuale. Si analizzerà l'offerta artistica delle gallerie d'arte presenti nel quartiere e l'offerta del centro culturale DEPO e di Hayaka Arti. Alcune informazioni provengono da interviste ai galleristi, agli artisti e ai curatori, che sono state svolte sul campo.

Si introdurrà inoltre "l'assalto" alle gallerie del 2010 attraverso articoli di giornali che hanno riportato il caso, cercando quindi di individuarne le cause scatenanti. Partendo da questi presupposti si vorrà proporre, analizzando varie alternative, un tipo di cultura partecipativa, introducendo i concetti di *crowd sourcing* e di piattaforma culturale cercando di trovare una possibile soluzione che porti a convivere pacificamente la popolazione locale con le gallerie d'arte e gli artisti utilizzando l'arte e la cultura come i mezzi per riuscirci.

Il quartiere di Tophane viene quindi approfondito da due punti di vista:

1 prendendo come elemento da investigare le gallerie d'arte, i centri culturali del quartiere e il museo, individuando alcuni aspetti generali del mercato dell'arte presente in Turchia attualmente.

2 considerando il quartiere dal punto di vista sociologico, comprendendo quali effetti ha avuto la gentrification, in che stadio essa si trovi e cercando una modalità per non far diventare l'area una semplice zona di lusso.

Si vuole perciò rispondere ad alcune domande:

- È possibile fermare la gentrification al primo stadio e utilizzare l'arte e la cultura come dei mezzi per far crescere e rinascere un quartiere partendo dalle persone locali?
- La cultura partecipativa può essere la soluzione nel momento in cui ci sono contrasti tra il mondo dell'arte e la popolazione?

⁵ Sono stati contattati anche docenti universitari di art management ed economia dell'arte della Bilgi University, che hanno esposto questo tipo di problema.

Capitolo 1

Gentrification e ruolo dell'arte in Turchia

1.1 La gentrification

1.1.1 Definizione del termine

Il termine gentrification viene utilizzato per la prima volta da Ruth Glass⁶ nel 1964, mentre studiava e osservava il fenomeno che stava cambiando il quartiere di Islington, a Londra, in cui viveva. In quel periodo infatti le case vittoriane in affitto della zona sono state velocemente ristrutturate e trasformate in domicilia di proprietà. Conseguentemente il prezzo degli immobili è aumentato e gli operai residenti nell'area hanno dovuto andarsene per lasciare spazio ad una classe più abbiente che prima non viveva nel quartiere.

La gentrification è un processo attraverso il quale persone ricche o di classe media si spostano in case ristrutturate e rinnovate, oppure cambiano la sede della propria impresa, per trasferirsi nel centro città, in aree deteriorate, precedentemente abitate da persone povere. I quartieri in questione vengono colpiti dal punto di vista demografico, infatti l'aumento di individui e famiglie benestanti spesso porta ad un declino generale delle minoranze razziali. Inoltre, essendoci un rimpiazzamento delle famiglie da parte di giovani single o coppie desiderosi di vivere vicino al posto di lavoro e alle attività del centro città, i nuclei familiari si restringono. Di conseguenza anche il mercato immobiliare si modifica: le case popolari e gli edifici adibiti all'industria leggera in affitto, si trasformano in condomini o case lussuose acquistabili, perciò l'aumento degli affitti prima, e del prezzo delle case poi, causa lo sfratto delle famiglie disagiate. Successivamente i nuovi quartieri di lusso non saranno più solo residenziali, in quanto andranno ad

⁶ Nel 1951 prese il posto di Direttore delle ricerche sociologiche all'University College di Londra. Il suo interesse si concentrò sul collegamento tra la lotta per la casa e di classe, basandosi su ciò che stava accadendo a Londra in quegli anni, in particolare ad Islington, dove viveva. Fece di questo fenomeno la sua ricerca a lungo termine che la portò a coniare il termine Gentrification nel 1964.

ospitare uffici, negozi, ristoranti e altre forme di intrattenimento per un tipo di clientela altolocata.

Glass descrive la gentrification come:

"invasion of working class areas by upper and lower middle classes, who upgrade shabby, modest housing to an elegant residence, resulting in displacement of all, or most of, original working class occupiers⁷".

Lyons invece la descrive come un dislocamento o un rimpiazzamento di un gruppo socio-economico di basso livello da parte di una comunità di alto rango nel centro della città in cui i quartieri degradati vengono rinnovati per costruire una zona residenziale⁸. Smith cerca di definire il fenomeno individuando delle caratteristiche tipiche

"the rehabilitation of working class and derelict housing and the consequent transformation of an area into a middle-class neighbourhood⁹".

La gentrification è quindi il processo attraverso il quale i quartieri degradati del centro città vengono riqualificati grazie ad un flusso di capitale privato e di compratori o affittuari di classe medio-alta¹⁰.

Per spiegare il termine gentrification sono stati valutati alcuni indicatori:

1. L'aumento sproporzionato degli stipendi e del livello di educazione se considerato a confronto con il livello della città.
2. Il cambiamento etnico all'interno del quartiere.
3. Un aumento del tasso di sfratto, dovuto allo spostamento dei nuovi inquilini, quindi il maggior numero di proprietari di casa rispetto alle persone in affitto.
4. L'aumento del prezzo medio delle case e degli spazi commerciali.
5. L'aumento nel tempo degli investimenti privati nel quartiere.
6. Nuclei famigliari più ristretti, in genere single o coppie.

⁷ Hamnett, C & Williams, P., Social Change in London: A Study of Gentrification, *Urban Affairs Quarterly*, n. 15, p. 470, 1980.

⁸ Lyons M., Employment, feminisation and gentrification in London 1981-93, *Environment and Planning A*, n.28, pp. 341-356, 1996.

⁹ Smith, N. & Williams, P. (Eds.), *Gentrification of the City*, MA: Allen & Unwin, Winchester, p.1, 1986.

¹⁰ Smith, N., *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*, Routledge, Londra, 1996.

7. I negozi di basso livello vengono rimpiazzati da quelli dedicati a persone più altolocate¹¹.

Si può quindi affermare che la gentrification sia un processo controverso, poiché a causa dei cambiamenti che provoca distrugge la cultura e il carattere dell'area, due elementi che generalmente motivano il trasferimento delle persone in questo tipo di quartieri. Glass vede nel fenomeno una causa di ineguaglianze ed ingiustizie, poiché lo spostamento forzato provoca disagi nelle persone e tra le classi sociali, che si possono rivelare molto pericolosi. Si vanno infatti a ribadire in questo modo degli accordi istituzionali come il mercato libero e i diritti della proprietà privata, favorendo i bisogni del capitalismo a scapito di quelli, ben più importanti, quali l'averne una casa, una famiglia e una comunità.

“London ... may acquire a rare complaint ... [It] may soon be faced with an embarras de richesses in her central area and this will prove to be a problem, too¹²”.

Le preoccupazioni riguardo allo spostamento involontario raggiungono il loro apice con la battaglia legale che ha inizio negli anni '70 a San Francisco contro la costruzione, nell'area di South of Market, del San Francisco's Yerba Buena, un centro di convention e *performing arts* comprensivo di un complesso adibito a spazio pubblico. Questo piano urbanistico ha provocato il dislocamento di 4.000 anziani che risiedevano nelle stanze singole di una struttura di accoglienza alberghiera. La campagna nazionale “*Anti-Displacement Project*” ha promosso un'iniziativa per proteggere le persone, che abitavano in appartamenti a basso costo, dalla pressione del reinvestimento a scopo di profitto a cui si è assistito negli anni '70 in America. Il fenomeno viene chiamato da Hartman *Land Grab*¹³, prendendo in considerazione la città di San Francisco ci si rende conto che per molti pensionati lo spostamento dall'area in cui vivono può rivelarsi un'esperienza terribile, sia per un motivo economico, ma soprattutto per le relazioni intessute con i vicini di una vita intera, che vengono a mancare tutto d'un tratto. Inoltre gli aspetti

¹¹ Hans L. & Anders H., *Gentrification, an overview on literature*, report n. 17 in *The housing project at The Division of Building and Real estate Economics*, Stoccolma, 2003.

¹² Glass R., Introduction: aspects of change, in Centre for Urban Studies, *London: Aspects of Change*, MacKibbon and Kee, Londra, p.20,1964.

¹³ Esproprio/presa di terra.

Hartman C., *Yerba Buena: Land Grab and Community resistance in San Francisco*, Bolerium Books, San Francisco, 1974.

della vita di tutti i giorni si modificano, non ci sono più gli incontri con le stesse persone nelle strade, i negozi abituali in cui fare la spesa e tutto questo può essere un grave shock per gli anziani, poiché sono legati alla loro routine e ad un certo grado di stabilità che svanisce con il trasloco¹⁴.

La protesta contro la distruzione del quartiere per anziani attivata dagli inquilini con il supporto di organizzazioni legali e non-profit, il cui slogan è “*We won't move*”¹⁵ ottiene dei risultati positivi. Parte dell'area viene ricostruita ed affittata agli ex inquilini ad un prezzo permanentemente basso, tutto ciò viene sovvenzionato con fondi federali e statali oltre alle tasse della struttura alberghiera. Inoltre la gestione delle nuove abitazioni viene affidata all'organizzazione degli inquilini che si è mossa per la protesta.

Hartman esprime la sua perplessità verso i piani urbanistici e politici, che sfociano spesso in un grido collettivo da parte della comunità, infatti imporre lo spostamento dalle case o dai quartieri alla persone induce spesso ad una rivolta e causa molti problemi sociali. Questo fatto riguarda solitamente persone disagiate o con problemi economici, normalmente prive di potere decisionale, che vengono cacciate per lasciare spazio a classi più agiate, permettendo l'abbellimento della città per una visione turistica che mira ad essere solo positiva. *L'Anti Displacement Projects* vuole infatti criticare l'atto dell'espropriazione, poiché non sono stati previsti inizialmente degli alloggi sostitutivi per le persone che hanno subito la dislocazione. Per questo la riqualificazione urbana, che presume la demolizione o la conversione dei vecchi edifici in abitazioni di lusso, dovrebbe essere contrastata se riguarda zone o case ancora occupate¹⁶.

Si è notato come alla gentrification conseguano implicazioni sociali e spaziali collegate ai cambiamenti dell'ambiente urbano, causati da forze socio-economiche, infatti non c'è solo una trasformazione urbanistica che coinvolge il

¹⁴ Ibidem.

Hartman C., *City for Sale: The Transformation of San Francisco*, University of California Press, Berkeley, 2002.

¹⁵ Slater T., *Gentrification of the City* in Bridge G. & Watson S. (eds), *The New Blackwell Companion to the City*, Blackwell, Oxford, p.578, 2011, <http://www.sages.ac.uk/home/homes/tslater/gotcbridgewatson.pdf>.

¹⁶ Hartman C., Keating D. & LeGates R., *Displacement: How to Fight It*, National Housing Law Project, Washington DC, 1982.

quartiere ma anche una modifica delle classi sociali che vi abitano¹⁷. Questo porta ad uno sconvolgimento dello stile di vita di un'area, poiché il fenomeno inizialmente si verifica con manifestazioni a livello micro, quelle che compromettono direttamente la vita di quartiere, come l'apertura di nuovi negozi, di locali per un certo tipo di clientela, tutto ciò si inserisce poi nel contesto della deindustrializzazione e della globalizzazione.

1.1.2 Teorie sulla gentrification

La necessità di considerare i gruppi coinvolti nel fatto, emerge dalle diverse modalità di reazione che si manifestano a seconda della comunità presente nella zona. Bisognerebbe quindi conoscere inizialmente usi, costumi ed abitudini delle persone per arrivare a comprendere ciò che potrebbero vivere nel momento in cui questi vengano sconvolti dall'esterno.

“From the moment an English sociologist invented the term ‘gentrification’ to describe the residential movement of middle-class people into low-income areas of London, the word evoked more than a simple change of scene¹⁸”.

Per questo motivo la gentrification si presenta come un fenomeno complesso, di cui esistono diverse tipologie direttamente correlate alle scelte governative e di welfare, direzionate ad un'economia dei servizi. Il dislocamento può essere diretto o indiretto, nel primo si utilizzano forme estreme per forzare lo spostamento, come ad esempio lo sfratto. In questo caso, dettato da decisioni politiche, i residenti sono obbligati ad andarsene dall'area poiché la stessa viene completamente sgombrata, procedura spesso prevista per il risanamento urbano. Per quanto riguarda il dislocamento indiretto, quindi non obbligatorio, le ragioni sono sociali ed economiche, legate all'aumento degli affitti o delle tasse sulla casa nel momento in cui il valore di mercato degli immobili della zona cresce. I residenti sono indotti a cambiare residenza poiché non si sentono più a loro agio nel

¹⁷ Slater, T., W. Curran & L. Lees, Gentrification research: new directions and critical scholarship, *Environment and Planning A: government and planning*, Vol. 36, Pion Publication, Gran Bretagna, pp. 1141-50, 2004.

¹⁸ Zukin S., Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core, in *Annual Review of Sociology*, Vol.13, p.131, 1987.

momento in cui gli amici, i negozi e i vicini di casa cambiano. È proprio l'isolamento sociale che li spinge a spostarsi a loro volta¹⁹.

Le teorie della produzione e del consumo danno una spiegazione al processo da due punti di vista diversi. Con la prima, il geografo Neil Smith individua nel flusso di capitale la causa della gentrification, rifiutando l'interpretazione del fenomeno come evento spontaneo proveniente da un semplice interesse privato, ma riconducendolo invece ad un definito e programmato investimento economico. Smith individua una ragione storica alla base del fatto: al decremento del valore immobiliare dei quartieri centrali in seguito alla sub-urbanizzazione delle attività industriali e della classe media, corrisponde un degrado che permette interventi di riqualificazione redditizia, in cui i bisogni dei politici e degli investitori hanno la meglio su quelli dei residenti²⁰.

Smith in questo modo dichiara che la gentrification è uno "spostamento di capitale, non di persone", perché l'interesse urbanistico nei confronti di specifiche aree viene ricondotto alla dimensione economica del profitto in cui ha giocato un ruolo fondamentale il disinteresse precedente da parte della pubblica amministrazione, come anche delle agenzie immobiliari. Secondo la visione di Smith si può asserire che la rinascita urbana è stimolata dalle forze economiche più che dalla cultura²¹. Per completare il suo studio Smith introduce la teoria del *rent-gap* descrivendo la disuguaglianza tra il valore della terra in un centro urbano dismesso e decentrato dalle attività e il valore potenziale che lo stesso terreno potrebbe avere dopo il risanamento della zona, quindi con un miglioramento delle condizioni di partenza. Avvalendosi della sua teoria, Smith sostiene che, nel momento in cui il *rent-gap* sarebbe stato abbastanza largo, i pionieri avrebbero colto l'opportunità di creare profitto, riqualificando il centro città. L'utile conseguito con il risanamento chiude il *rent-gap* aumentando gli affitti, i leasing e i mutui. La teoria perciò conduce all'identificazione della produzione e del profitto come elemento motivante e causante della gentrification.

¹⁹ Atkinson R., *Does Gentrification Help or Harm Urban Neighbourhoods? An Assessment of the Evidence-Base in the Context of the New Urban Agenda*, Centre for neighbourhood research, 2002, http://www.urbancentre.utoronto.ca/pdfs/curp/CNR_Getrification-Help-or-.pdf.

²⁰ Op.cit Slater T., pp.571-585, 2011.

²¹ Smith Neil, *Toward a Theory of Gentrification A Back to the City Movement by Capital, not People*, *Journal of the American Planning Association*, vol. 45, issue 4, pp. 538-548, 1979.

La teoria del consumo del geografo David Ley è più focalizzata sulle persone rispetto a quella di Smith, essa si concentra su un nuovo gruppo sociale, a cui appartengono nuove tipologie di domanda, che comporta il passaggio da un'economia basata sull'industria ad una basata sui servizi, in cui i cambiamenti dello stile di vita, i modelli di preferenza e il mutamento della situazione demografica in un quartiere, sono ritenute le maggiori cause della gentrification²². L'espansione del settore terziario e quaternario, con l'aumento degli impieghi burocratici, cambia la domanda residenziale della nuova classe media rafforzata da redditi potenziati, da facilità di accesso all'istruzione, e di cui è proprio uno stile di vita orientato al consumo.

Il potenziale d'investimento di un territorio non può essere compreso senza capire il processo decisionale degli investitori e degli affittuari, ecco perché si concentra lo studio sulle scelte di consumo dei gentrificanti, partendo dal concetto che essi considerano l'abitare in centro un marchio distintivo nella costituzione di una nuova identità, diversa da quella che si crea nelle periferie²³. Infatti le interpretazioni della domanda dichiarano una preferenza per gli edifici e per le aree gentrificate sia per ragioni demografiche e culturali, sia perché le zone postindustriali sono spesso più attrattive, essendo collegate al desiderio di un "educated labor" (tipica degli ex posti di lavoro poi utilizzati per altri scopi, a cui si è aggiunto un valore estetico, storico e sociale). Le persone vedono l'abitare in centro come un desiderio di consumo, contrapponendosi in questo modo alla ragione che un tempo spingevano i lavoratori ad abitare nei quartieri industriali, cioè la semplice comodità di essere vicini al proprio impiego.

Si è notato come la produzione e il consumo di particolari attività del tempo libero orientate all'arte e alla cultura svolgano un ruolo chiave nel risanamento dei quartieri e nel dislocamento che ne consegue. Si può individuare il motivo che spinge la media borghesia ad investire il suo capitale economico, sociale e culturale in aree considerate a rischio dagli agenti immobiliari, nelle caratteristiche degli individui in questione. Approfondendo l'argomento si è notato come le persone coinvolte spesso prestino servizi avanzati, fruiscono dell'arte in tutte le

²² Ley, D., *Artists, aestheticization and the field of gentrification*, Urban Studies 40, pp. 2527-2544, 2003.

²³ Ley D., *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*, Oxford University Press, Oxford, 1996.

sue forme, richiedano attività di qualità e si occupino dell'estetica della loro città. Si parla quindi di "estetica della gentrification"²⁴ andando a definire quella politica di estetizzazione, applicata dai gentrificanti o da chi per loro crea gli spazi all'interno dei quartieri, che si pone come obiettivo la distinzione sociale.

Alla base delle nuove scelte di consumo non c'è più una mera ricerca di qualità ma l'esigenza di simboli a cui appartengono significati ben riconoscibili, perciò anche il quartiere in cui si vive è visto come un segno di identità sociale. Esso diventa un luogo di produzione culturale ma è allo stesso tempo il suo prodotto poiché è con l'estetizzazione che si rende il quartiere attrattivo, attraverso la costruzione di musei, luoghi di svago, negozi e locali²⁵. Allo spazio viene conferito, attraverso il processo di abbellimento, un valore che lo fa diventare un luogo riconoscibile e conosciuto; gli elementi comuni vengono perciò trasformati in oggetti estetici²⁶. Il capitale culturale ed economico proprio delle classi sociali che determinano la trasformazione della località, è l'elemento in grado di trasformare un luogo comune in uno spazio in cui prevale il senso di luogo.

La gentrification crea quindi l'opportunità che i cambiamenti avvengano e che, i gentrificanti siano i principali interessati al fenomeno.

"Gentrifiers are not the mere bearers of a process determined independently of them. Their constitution, as certain types of workers and as people, is as crucial an element in the production of gentrification as is the production of the dwellings they occupy"²⁷.

La gentrification è un processo complesso che va a toccare molti aspetti della vita sociale, economica e culturale di una città, ecco perché le due teorie (della produzione e del consumo) devono essere combinate per raggiungere una descrizione ed un senso completo. Neil Smith cercò, infatti, di integrare la teoria del consumo al suo modello, accorgendosi che la gentrification non coinvolge solo un cambiamento economico nel mercato immobiliare ma anche sociale e fisico delle strutture preesistenti nell'area.

²⁴ Bridge G., Estate agents as interpreters of economic and cultural capital: the gentrification premium in the Sydney housing market, *International Journal of Urban and Regional Research*, n. 25, pp. 87-101, 2001.

²⁵ Op.cit. Smith N., 1996.

²⁶ Bourdieu in op.cit. Ley D., 2003.

²⁷ Rose D., Rethinking gentrification: beyond the uneven development of Marxist urban theory. *Environment and Planning D: Society and Space* 1, p.56, 1984.

“Gentrification is a differentiation of the cultural social and economic landscape²⁸”.

Essa può essere presentata attraverso la Teoria del *middle-range*²⁹, la quale cerca di considerare come le persone (gentrificanti e gentrificati) abbiano reagito a ciò che hanno vissuto, in modi diversi ma simultaneamente, individuando le opportunità e le minacce da entrambi i punti di vista. Questa teoria osserva sia le forze della globalizzazione, sia quelle locali (legate alla formazione di un'identità) attraverso le scelte e i processi residenziali, rivelandosi un contributo fondamentale per comprendere il legame tra il processo globale, le persone e i luoghi.

1.1.3 Critiche alla gentrification

Una delle critiche negative principali e più fondate alla gentrification viene fatta alla distruzione delle relazioni sociali che comporta.

“A neighbourhood is not the same as a community. At most, ‘communities make use of the location to varying degrees³⁰”.

Sono due gli aspetti da considerare: lo “*spectrum*” della privacy, che si può distinguere in anonimità, familiarità e intimità; e quello dell'accesso, di cui si analizza la dimensione pubblica, istituzionale e privata. Partendo dalle due definizioni è facile intuire come, nel momento in cui si interviene in un quartiere modificando il contesto, anche le dinamiche sociali cambiano, passando da una dimensione privata e familiare o intima, a quella anonima, tipica delle scelte venute dall'alto, e quindi pubblica o istituzionale. In questo modo la formazione di pregiudizi e preconcetti sfocia distinguendo il “noi” dal “loro” o il “gruppo in” dal “gruppo out”³¹.

²⁸ Smith N., *Of yuppies and housing: Gentrification, social restructuring, and the urban dream, Environment and Planning D: Society and Space* 5, p.162, 1987.

²⁹ Sono le teorie minori, ma che sviluppano ipotesi di lavoro necessarie che evolvono nella ricerca giornaliera per sviluppare una teoria unificata che può spiegare tutte le uniformità osservate nel comportamento, nell'organizzazione e nel cambiamento sociale.

Merton Robert K., *Social Theory and Social Structure*, Free Press, New York, 1949.

³⁰ Blokland T., *Urban Bonds*, Polity, Cambridge, p.13, 2003.

³¹ Ibidem.

La *Conflict theory*, affronta queste dichiarazioni per parlare delle divisioni che si creano in un quartiere quando emergono delle diversità che possono far distinguere “noi lavoratori” da “loro cristiani” (per fare un esempio). Inizialmente studiata da Marx, che vedeva nella coercizione e nel potere gli unici mezzi per mantenere l'ordine sociale, la teoria si basa sul fatto che le risorse sono scarse per cui la società è divisa in gruppi che se le contengono. L'ineguaglianza perciò cresce nel momento in cui un gruppo che condivide gli stessi interessi avrà il potere, poiché cercherà di mantenerlo senza considerare i bisogni altrui. In Marx il conflitto è solo economico ma Coser, come gli altri sociologi moderni, considera anche le cause sociali derivanti da confronti sulla razza, sul genere, sulla religione, sulla politica:

“a struggle over values and claims to scarce status, power and resources in which the aims of the opponents are to neutralize, injure, or eliminate their rivals³²”.

Partendo da questi presupposti, il quartiere non può essere visto solo come un luogo e un complesso di residenze ma anche come un insieme di persone che fanno emergere dinamiche di gruppo, sociali e culturali che, con un fenomeno come quello della gentrification, aumentano e spesso degenerano in scontri sociali.

La perdita di autenticità urbanistica e delle tradizioni locali è un altro aspetto critico della gentrification, si richiama così l'attenzione sulla vastità delle sedi commerciali e residenziali che si sviluppano in un'area durante il fenomeno, trasformando i quartieri che prima si presentavano molto vivaci e multiculturali, in noiose e silenziose zone per l'alta borghesia cancellando spesso ogni traccia dei vecchi edifici storici, infatti, si può notare come ci sia una generale omogeneizzazione nel momento in cui il fenomeno si conclude, in quanto si perdono le caratteristiche locali per andare a soddisfare delle esigenze che si avvicinano a quelle del mondo globalizzato.

Altro aspetto negativo del fenomeno direttamente collegato a ciò che è stato detto fino ad ora riguarda la vita delle persone locali. Essa viene sconvolta da individui che non condividono niente con i residenti, anzi, realizzando i propri bisogni o le proprie ambizioni corrono il rischio di generare effetti negativi sui

³² Coser L., *The Function of Social Conflict*, The Free Press, New York, p.8, 1956.

gruppi sociali in termini di dislocamento ed esclusione. Negli ultimi anni l'opinione pubblica sul fenomeno si è modificata: passando da una visione collaterale della gentrification, al suo utilizzo come mezzo di risanamento da parte della pubblica amministrazione, che in questo modo riesce ad inserirsi nelle leggi di mercato e dell'imprenditoria privata per andare a regolarle e ad influenzarle. Questo modello però in realtà presenta più rischi che vantaggi perché non tiene conto delle dinamiche sociali che andranno a scaturire, infatti, il trasloco forzato può avere effetti disastrosi sulle persone, portando al vagabondaggio o nella migliore ipotesi ad un senso di non appartenenza alla società e quindi alla disgregazione della comunità. Nel 2004 si è comparato il dislocamento urbano ad una condizione clinica chiamata *Root Shock*:

“Root shock, at the level of the local community, be it neighborhood or something else, ruptures bonds, dispersing people to all the directions of the compass. Even if they manage to regroup, they are not sure what to do with one another. People who were near are too far, and people who were far are too near. The elegance of the neighborhood – each person in his social and geographic slot – is destroyed, and even if the neighborhood is rebuilt exactly as it was, it won't work. The restored geography is not enough to repair the many injuries to the maze³³”.

Contrariamente a quanto esposto fino ad ora, denotando la gentrification negativamente, studiosi che hanno approfondito il tema negli ultimi anni sembrano vedere un lato positivo nel fenomeno. In particolar modo sono tre gli studi sul dislocamento urbano ad essere divenuti importanti: Vigdor³⁴ a Boston, Freeman e Braconi³⁵ a New York e uno studio nazionale di tre economisti urbani contenuto in McKinnish e altri³⁶. Queste ricerche hanno analizzato database governativi sulla mobilità dei nuclei famigliari arrivando ad affermare che le famiglie a basso reddito e con un livello di istruzione inferiore si allontanano dai quartieri gentrificati con un tasso minore rispetto a quelle che vivono in quartieri non gentrificati. Le conclusioni di ognuno dei tre studi hanno fatto emergere la positività della gentrification nella larga scala, poiché porta migliori servizi in quartieri abbandonati

³³ Fullilove M. T., *Root Shock: How Tearing Up City Neighborhoods Hurts America, And What We Can Do About It*, One World/Ballantine Books, New York, p.14, 2004.

³⁴ Vigdor. J. L., *Does Gentrification Harm the Poor?* Brookings-Wharton Papers in Urban Affairs, pp. 133-182, 2002.

³⁵ Freeman L. & Braconi, F., Gentrification and displacement: New York City in the 1990s, *Journal of the American Planning Association*, 2004.

³⁶ McKinnish T., Walsh R. & White K., *Who Gentrifies Low-Income Neighborhoods?*, National Bureau Of Economic Research, Cambridge, maggio 2008.

per lungo tempo. C'è quindi un incoraggiamento rivolto ai politici che possono attivare il processo urbanistico da parte di questi studiosi.

Le perplessità su questa visione positiva ovviamente sono state dichiarate subito in quanto sembra non si possa considerare solo l'analisi convenzionale dei costi-benefici omettendo il costo emozionale e psicologico individuale e sociale³⁷. Le evidenze sulla gentrification e sul dislocamento vengono spesso utilizzate per influenzare i dibattiti politici, estrapolandoli dal contesto per respingere le preoccupazioni sulle politiche urbane rivolte al mercato della privatizzazione. Si parla infatti di dislocamento giustificandolo come il modo per rompere la concentrazione di povertà, vista come la causa del degrado nelle aree centrali della città. Una riqualificazione sarebbe però più adeguata dal punto di vista psicologico delle persone locali, infatti si dovrebbe dare ai poveri gli stessi benefici di un quartiere di media classe, senza che questi si debbano trasferire in modo forzato³⁸.

Nel prossimo paragrafo si approfondisce il tema della cultura e della "creatività", due elementi che spesso influenzano o vengono utilizzati come input per la riqualificazione edilizia.

1.2 Arte e cultura: opportunità o minacce?

1.2.1 Cultura e "creatività"

Al termine cultura possono corrispondere più significati. Throsby individua due categorie principali a cui ricondurre la molteplicità di espressioni: il processo e il prodotto³⁹. Con il primo si identificano le tradizioni, gli usi, i costumi e le credenze di un popolo, quindi tutto ciò che è condizionato da aspetti sociologici e antropologici. Con il secondo si vanno a definire le attività svolte da un gruppo di persone, il cui prodotto è finalizzato all'educazione della mente. In questo caso si

³⁷ Hartman C., The right to stay put, in Geisler C. and Popper F. (eds.), *Land Reform, American Style*, Rowman and Allanheld, Totowa NJ, pp. 302-18, 1984.

³⁸ Newman K., & Wyly E., The right to stay put, revisited: gentrification and resistance to displacement in New York City, *Urban Studies* n.4, pp.23-57, 2006.

³⁹ Throsby D., *Economics and Culture*, MA: Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

parla di “settore culturale”, “industrie culturali”, “prodotti culturali” ai quali si possono attribuire tre caratteristiche:

- implicano una certa forma di creatività nella loro produzione;
- si occupano della generazione e comunicazione di mezzi simbolici;
- il loro esito finale personifica, potenzialmente, almeno una qualche forma di proprietà intellettuale

A livello europeo il settore culturale viene definito dall'insieme dei seguenti elementi: i beni culturali, le arti visive, l'architettura, lo spettacolo dal vivo, l'industria dell'audiovisivo, l'industria editoriale, le biblioteche e gli archivi⁴⁰.

Da alcuni anni si parla di industrie culturali conferendo in questo modo un nuovo peso al settore, che spesso viene percepito come marginale. In effetti ci si è resi conto delle potenzialità economiche che si possono attribuire all'arte e alla cultura percependole come mezzi per far crescere e sviluppare una città⁴¹. I cluster e l'industria della conoscenza, le classi e i distretti creativi si sono rivelati necessari per la sopravvivenza di una città, essendo fondamentali per stimolare il turismo culturale, vengono quindi definiti:

“as one of the few remaining strategies for urban revitalization which can embrace the effects of globalization and capture the twin goals of competitive advantage and quality of life which culture, somewhat optimistically, might offer⁴²”.

Con questi termini si intende:

“those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property⁴³”.

Secondo il Dipartimento per la Cultura, i Media e lo Sport inglese è uno dei settori economici in rapida crescita nel Regno Unito.

⁴⁰ EUROSTAT 2000, ec.europa.eu/eurostat.

⁴¹ Florida R., *The flight of the creative class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York, 2005.

Florida R., *L'ascesa della nuova Classe Creativa*, Mondadori, Milano 2002.

The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life, Basic Books, New York, 2003.

⁴² Evans G., *Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration*, Routledge, Londra, p.960, 2005.

⁴³ DCMS, *Creative Industries Mapping Document 2001*, Department of Culture, Media and Sport, Londra, 2001.

Dal 1998 i documenti del governo inglese non parlano più di industrie culturali ma di industrie “creative”, riferendosi esplicitamente a tutti i settori collegati con l'informazione e rimandando alla necessità di introdurre elementi innovativi. Inoltre, si riconosce la relazione tra produzione “creativa” e spazi urbani, la quale può sfociare nella costituzione di “città creative” in cui esiste una forte concentrazione di lavoratori, le cui professioni sono collegate alla “creatività” in senso stretto (artisti, musicisti, attori, galleristi, collezionisti, critici) o in senso lato (ricercatori, giornalisti, medici, avvocati)⁴⁴.

Secondo Florida *la new new economy* presuppone che l'individuo sia il principale responsabile del successo di un'azienda, in questo modo mette la persona al centro dell'attenzione considerando che si possa dare il meglio di sé stessi nel momento in cui si vive e si lavora in ambienti “creativi”. La ricerca di ricompense e di un benessere materiale è sopperita all'esigenza di gratificazioni personali, sociali ed emotive, che si basano sulla possibilità di accedere a nuove ed emozionanti esperienze. Per questo la città deve mostrarsi attrattiva per le persone “creative”, creando i presupposti per una vita sociale intensa. Attraverso la creazione di strutture dedicate allo svago, al tempo libero e al relax, in cui l'atmosfera è amichevole, ponendo così le basi per la realizzazione di una comunità locale. I “creativi” sono attirati da una comunità i cui elementi fondamentali sono:

- Barriere sociali basse (pregiudizi);
- Forte eterogeneità sociale e culturale per quanto riguarda la professionalità, la provenienza e l'orientamento sessuale;
- Forte concentrazione di “creativi”;
- Vita di strada vivace;
- Presenza di strade pedonali, café, gallerie, locali.

Alle città si richiedono dei requisiti specifici: tolleranza, diversità e apertura⁴⁵, a cui si aggiungono le tre T: Talento Tecnologia e Tolleranza. Il numero di persone con titolo di studio elevato deve essere superiore rispetto al totale della forza lavoro (talento), deve esserci una presenza importante di industrie *High Tech*,

⁴⁴ Op.cit. Florida, 2002 e 2003.

⁴⁵ Florida R. e Tinagli I., *L'Italia nell'Era Creativa*, Creative Group Europe S.r.l, Milano, 2005.

<http://www.creativitygroupeurope.com>.

quindi connessioni Internet a banda larga (tecnologia) e l'ambiente deve essere multiculturale e accogliente nonché prevedere la tolleranza per l'omosessualità (tolleranza). Infatti la classe "creativa" occupante richiede specifici elementi nel contesto urbano e nella qualità della vita sociale che ne è proprio. Ovviamente le diverse preferenze e gli inusuali stili di vita introdotti dai nuovi abitanti vanno ad influenzare e provocare quel fenomeno di cui si è discusso precedentemente: la gentrification e la conseguente polarizzazione sociale in quanto si producono forme di socializzazione elitarie che trasformano il nuovo luogo in cui si insediano portando il loro bagaglio culturale che risulta decontestualizzato.

Scott inizia a parlare di "*creative fields*⁴⁶" proprio per distinguersi da Florida, affermando che le industrie sono in grado di trainare l'economia urbana poiché inserite in un contesto socio-economico che glielo permette. Con il termine "campo creativo" si intende

"un set di interrelazioni che stimolano e canalizzano le espressioni individuali di creatività⁴⁷".

Si individuano quindi i requisiti per una città che possa essere definita "creativa"⁴⁸:

- La dimensione storica, cioè il modo in cui si sono sedimentate nel tempo le comunità "creative", artistiche e professionali.
- Il capitale culturale, poiché le comunità devono basarsi sull'interscambio e sull'interdipendenza è necessario costruire assieme un capitale culturale che sia condiviso, solido e duraturo.
- La presenza di istituzioni legate alla creatività.
- Nessuno spazio per il conflitto⁴⁹.

Poiché nell'arte e nelle attività "creative" si vede una fonte di investimento, le città fanno in modo di ottenere questi crediti, infatti:

"the idea that culture can be employed as a driver for urban economic growth has become part of the new orthodoxy by which cities seek to enhance their competitive position⁵⁰".

⁴⁶ Il termine è stato introdotto da Bourdieu nel 1971.

⁴⁷ Scott A.J., Creative cities: conceptual issues and policy questions, *Journal Of Urban Affairs*, Volume 28, Number 1, p. 6, 2006.

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Su questo punto si potrebbe ribadire poiché a volte proprio il fermento politico ha portato a soluzioni creative ed innovative.

La cultura viene spesso utilizzata nel momento in cui si vuole rendere una città attrattiva, costruendo strutture dedicate alle attività culturali, per attivare l'attrazione turistica e far conoscere la città attraverso l'*experience economy*⁵¹ in cui visitatori ed investitori sono attratti dallo stesso contesto urbanistico per il suo patrimonio culturale o per i servizi offerti nella zona.

Si va ora ad analizzare più nel dettaglio il ruolo degli artisti e dei "creativi" nella gentrification, cercando di capire come questi siano spesso i precursori di tutto il fenomeno che va a modificare i quartieri e gli stili di vita degli abitanti.

1.2.2 L'artista come pioniere

La gentrification si mostra come un processo semplice e lineare ma in realtà è suddivisa in momenti diversi nel corso del tempo: il primo passo è tracciato dai cosiddetti pionieri, persone che si spostano in aree degradate, attratte dal basso costo della vita, dal folklore spesso collegato a quartieri di questo tipo, dalla cultura e dalle tradizioni che si respirano. Questi pionieri urbani sono in genere artisti o gruppi che si mostrano tolleranti nei confronti dei problemi presenti, proprio perché l'area in cui hanno sede i loro studi deve essere stimolante e d'ispirazione.

La prima generazione di artisti ha un ruolo cruciale nella rivitalizzazione del quartiere e nella sua ripopolazione, facendone emergere il carattere *bohemien*, prima sconosciuto. Essi sono quasi delle "forze in spedizione" e giocano un ruolo fondamentale per il recupero delle zone in cui si insediano. Un primo segno della presenza di artisti in un quartiere sono i graffiti sui muri, che vengono ad essere un motivo di attrazione per tutte quelle persone che ricercano nella *street art* una forma artistica incontaminata e quindi non ancora influenzata dalle leggi del mercato. Nel momento in cui alcuni luoghi vengono frequentati da artisti, essi

⁵⁰ Miles and Paddison, *The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration*, *Urban Studies*, Vol. 42, Routledge, Londra, p.833, 2005.

⁵¹ L'economia delle esperienze si distingue da quella industriale, quindi dei beni, e da quella dei servizi poiché le esperienze sono eventi memorabili che coinvolgono le persone emozionandole. Quindi nel comprare un'esperienza la persona acquista l'occasione di passare il suo tempo guardando una rappresentazione teatrale, un film, una mostra ecc.. che la coinvolge a livello personale.

diventano automaticamente popolari, rendendo la zona più frequentata e ovviamente più vivibile. In questo modo si attrae l'interesse imprenditoriale per il risanamento e si attiva la seconda fase della gentrification che porta ad un aumento dei prezzi e all'abbandono della zona da parte di alcuni residenti. Nella terza fase si parla di secondo dislocamento poiché anche le aree limitrofe subiscono lo stesso fenomeno e le case esistenti vengono distrutte per essere rimpiazzate da abitazioni adatte all'alta società.

Sono perciò gli stessi pionieri, che involontariamente fanno diventare il quartiere alla moda, i principali responsabili della gentrification. La prima fase però è positiva, poiché riattiva il capitale fisico inutilizzato e degradato della città attraverso la dimensione immateriale dell'arte e della cultura; saranno proprio la cultura e la rappresentazione sociale che ne deriva, le basi del passaggio dal capitale culturale al capitale economico. Non si può affermare che sia esattamente la presenza di artisti a cambiare la zona bensì il valore attribuito alla produzione artistica e culturale di attirare il capitale economico.

In a three-stage process, the location of artists becomes the place of gentrification: artists' networks establish proximity, their amenities of galleries and cafes are integrated into the cultural practices and aspiring cultural consumers, and the media enhances the value of the artists' district through buzz⁵².

La presenza di artisti può cambiare la domanda abituale di un quartiere determinando la creazione e la crescita di istituzioni culturali, come desidera la nuova classe media.

"Like the loft buildings in which they were often located, artists' studios appealed to the public's imagination. But in contrast to the buildings that appeared obsolete, the studios seemed dynamic⁵³".

Per dare una ragione all'affermazione che la presenza degli artisti e quindi che l'arte in generale sia una delle cause della gentrification, Zukin studia la domanda culturale e la fornitura dei loft ristrutturati in America. Alla studiosa interessa il cambiamento del valore di questo tipo di abitazione, partendo dal fatto che gli artisti vivono nei loft dagli anni '30, diventati così richiesti solo negli anni '70. Le abitazioni degli artisti divengono un modello culturale per la classe media

⁵² Zukin S. *Loft Living: Culture and Capital in urban Change*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, p.15, 1982.

⁵³ Ibidem p.78.

proprio in quel periodo e le vecchie fabbriche sono un mezzo d'espressione per la *post-industrial civilization*⁵⁴, infatti in economia la domanda deve uguagliare l'offerta, quindi

“market in living lofts was also shaped by the needs of investment capital⁵⁵”.

La naturale conseguenza della *gentrification* è l'evoluzione del quartiere da area malfamata a zona *naïv*, a cui consegue l'aumento dei prezzi degli affitti che le famiglie a basso reddito non possono sopportare. L'emergenza del rent-gap inizia a manifestarsi come un allarme sia per i gentrificanti (le persone attratte dalla nuova faccia del quartiere), sia per i residenti, artisti compresi, che vedono i loro affitti aumentare. Il quartiere perciò cambia la sua destinazione da luogo di produzione culturale a luogo di consumo culturale. Questo comporta il rischio di diminuire o eliminare del tutto quella novità che l'ha reso popolare: infatti, nel momento in cui la seconda fase del processo inizia, l'area stessa diventa quasi inaccessibile a quei giovani portatori di innovazione e creatività. Se la cultura inizialmente viene vista come un mezzo per produrre partecipazione, facendo nascere nuovi stili di vita, socialità e un senso di comunità e appartenenza, nel momento in cui la si riduce a un ruolo strumentale al profitto, implica ingenti costi economici e sociali.

La *gentrification*, come visto, si lega strettamente alla cultura, all'arte e agli stili di vita delle persone, in quanto influenza, modificando l'assetto preesistente, non solo gli spazi per così dire “rinnovati”, ma anche, indirettamente, il contesto socio-economico-culturale delle zone limitrofe: il resto della città.

Nel prossimo paragrafo si analizza il caso della Turchia per una migliore comprensione di quello che viene modificato in un centro urbano gentrificato. Partendo dal concetto di capitale sociale, ci si sofferma sulle scelte di consumo della popolazione, osservandone gli sviluppi dal punto di vista economico e sociale, per arrivare quindi a descrivere il mercato dell'arte del Paese. Queste informazioni vanno a chiarire il contesto generale di ciò che è accaduto con la *gentrification* a Tophane.

⁵⁴ Ibidem p.14.

⁵⁵ Ibidem p.35.

1.3 Lo sviluppo economico turco

1.3.1 Il capitale sociale: uno sguardo alla Turchia

Per comprendere in che modo la gentrification possa influenzare e modificare la struttura urbanistica, e di conseguenza quella sociale, di una particolare zona, è necessario indagare sulle specificità delle persone locali. Riprendendo la letteratura, si vuole definire cosa si intende per capitale sociale, relazionandolo allo sviluppo economico e culturale di un paese, in questa sede si guarda alla Turchia in generale e ad Istanbul in particolare, poiché il caso che si affronterà nel prossimo capitolo concerne un quartiere della città turca.

L'esistenza del capitale culturale e sociale che viene riconosciuta da Bourdieu⁵⁶, identificando con il termine la risorsa dell'individuo (dipendente dai rapporti sociali e dalla qualità delle relazioni che intrattiene con altri), si può definire come un processo derivante da un lavoro di socializzazione e scambi. Coleman, invece, spiega come il capitale sociale abbia la capacità di facilitare l'azione dell'individuo all'interno delle strutture socio-economiche. L'ambiente sociale adeguato è quello in cui il singolo si sente legato ad altre persone da più tipologie di relazione, che possono essere quella familiare, di vicinato, di lavoro e di religione⁵⁷. Le variabili che vanno a delimitare il capitale sociale sono:

1. la vita organizzativa della società;
2. l'impegno nella vita pubblica;
3. la diffusione del volontariato;
4. l'*informal sociability* cioè il numero di volte che si ricevono ospiti in casa propria;
5. la fiducia sociale⁵⁸.

Dando molta importanza alla socialità ed intendendola come un elemento che va ad influire sul benessere individuale, Putman incoraggia la pubblica

⁵⁶ Bourdieu P., Le capital social, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 31, p. 2-3, 1980.

⁵⁷ Coleman J.S., Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, 94, Supplementi 95-120, 1998.

⁵⁸ Putman R.D., *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York, 2000.

amministrazione a introdurre innovazione nel momento in cui si pianificano aree abitate, dando più spazio sia ai luoghi di ritrovo e di scambio sia ad iniziative che coinvolgano le persone, dove sia possibile confrontare le proprie opinioni. In questo modo si offre al residente l'opportunità di partecipare attivamente alla vita cittadina e di quartiere, andando a costituire nel tempo quella conoscenza reciproca e quella fiducia che danno luogo ad una zona vivibile⁵⁹.

Secondo Bourdieu, attraverso il capitale sociale, è possibile individuare la posizione di un individuo nella società, spiegandone i mutamenti o la persistenza in una data classe sociale. Si ritiene, infatti, che sebbene la struttura piramidale delle classi (tipica della società capitalistica, che provoca disuguaglianze) sembri imposta, sia comunque possibile dissimularne gli effetti attraverso la cultura e la vita sociale. Infatti ciò che influenza maggiormente le persone è la cultura che hanno alle spalle, più che le decisioni politiche⁶⁰.

Quindi, le strutture pubbliche e le iniziative che mirano ad aumentare gli spazi in comune hanno successo solo nel momento in cui esiste un background sociale sensibilizzato verso questo genere di proposte. In caso contrario, uno dei maggiori rischi è che la creazione di spazi pubblici possa favorire la criminalità, l'unica forma di coesione che può trarne vantaggio, come è accaduto nelle *banlieue* a Parigi⁶¹. Questa è una contraddizione in fieri, poiché le attività e i progetti che aspirano al miglioramento del contesto sociale, causano invece, un risultato negativo. Risulta perciò necessario avvalersi di dati, di interviste e possibilmente organizzare degli incontri con i residenti per comprendere la tipologia di persone che andrà ad essere l'attore e il principale responsabile della buona riuscita o meno del piano. Infatti il capitale umano è l'insieme

“di conoscenze e di capacità accumulate da un individuo (o da una popolazione di individui) che rendono possibile l'innovazione e lo sviluppo complessivo, incluso quello materiale cioè quello rappresentato dalla crescita economica⁶²”.

Utili, in questa ricerca, possono essere gli indicatori⁶³:

⁵⁹ Ibidem.

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ Nel 2006 interi quartieri sono stati assaliti dalle rivolte.

⁶² Università la Sapienza, *Capitale sociale e sviluppo*, p.2, Roma.

<http://w3.uniroma1.it/dcnaps/solivetti/Capitale%20sociale%20e%20sviluppo3.pdf>

1. relativi ai diritti politici e di libertà civile. Poiché la società è la somma delle qualità e dei difetti degli individui, quindi i buoni e i cattivi governi, la democrazia e persino la dittatura non sono altro che il riflesso delle caratteristiche dei cittadini⁶⁴;
2. relativi alla governance, cioè delle modalità attraverso cui si esercita il potere in un paese⁶⁵;
3. relativi al parametro “dimensione delle imprese economiche”, cioè il numero medio di dipendenti per impresa;
4. relativi alla criminalità;
5. relativi all'informazione, alla cultura e alla comunicazione.

Si vogliono ora esaminare degli indicatori che permettono di comprendere come si sia modificata la struttura sociale ed economica turca in pochi anni, in modo di fornire una illustrazione del boom economico e del mercato dell'arte di cui si è discusso nel paragrafo precedente. Alcune statistiche, come quelle riguardanti la partecipazione culturale, riguardano solamente alcuni specifici anni, ma sono comunque utili ai fini della ricerca.

Si inizierà evidenziando come la Turchia posseda un grande potenziale rispetto ai popoli europei: quello di avere una popolazione giovane, quindi una forza lavoro in percentuale molto alta che permette alla nazione di crescere in modo esponenziale; seguono indicatori sull'avvio di nuove aziende e sui servizi offerti alla popolazione (tabella 1.1).

	2007	2008	2009	2010	2011
Forza lavoro (magg.15 anni)	23.835.155	24.594.573	25.574.890	26.517.893	
0-14 anni	28%	27%	27%	26%	26%
15-64 anni	67%	67%	67%	68%	68%

⁶³ Ibidem p.36.

⁶⁴ Spencer H., *Introduzione allo studio della sociologia*, p.66, F.lli Dumolard, Milano, 1887.

⁶⁵ Kaufmann D., Kraay A. & Mastruzzi M., *Governance Matters III: Governance Indicators for 1996-2002*, The World Bank, Washington DC., 2004.

Nuove aziende registrate	55.340	48.986	44.472		
Servizi	6,9%	7,4%	8,3%	7,5%	7,8%
Pop. Urbana % sul totale	68%	69%	70%	70%	71%
Pop. Rurale % totale	32%	31%	30%	30%	29%

Tabella 1.1 Dati generali

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

Dai valori esposti emergono difficoltà non indifferenti: come si può vedere il 71% della popolazione ora vive in aree urbane, questo vuol dire che in Turchia c'è un'altissima concentrazione di persone nelle città, a cui corrisponde l'enorme cementificazione del suolo, il traffico, e i problemi di convivenza, mentre le zone periferiche sono per lo più abbandonate. Questa parte di popolazione possiede l'80% del reddito disponibile totale e spende il 72,7% sul totale delle spese di consumo di tutto il popolo, mentre il restante 29% vive al di sotto della soglia di povertà e circa il 15% dei turchi è in condizioni di povertà relativa, cioè al di sotto della media del livello di benessere della società⁶⁶.

Inoltre la Turchia ha avuto una rapida crescita demografica (tabella 1.2) negli ultimi 20 anni, nella sola città di Istanbul è raddoppiata la popolazione (tabella 1.3).

Anno	1990	2000	2010	2012
Popolazione	55.120.000	64.252.000	73.003.000	74.885.000

Tabella 1.2 Popolazione Turchia (indicatori di metà anno)

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

⁶⁶ DIE, Turkey's Statistical Yearbook, 2004. http://www.die.gov.tr/yillik/yillik_2004.pdf.

Anno	1990	2000	2010	2012
Popolazione	6.629.431	8.803.468	13.120.596	13.624.240 ⁶⁷

Tabella 1.3 Popolazione di Istanbul

Fonte: Enhr Conference 5-8 luglio 2011, Tolosa, www.enhr2011.com

La crescita annua della popolazione turca è del 13,5%. Istanbul, dove vive il 18,2% delle persone, ha visto aumentare la sua popolazione in modo esagerato negli ultimi anni, tanto che si parla di un superamento del limite demografico⁶⁸.

Con il boom economico il reddito medio pro-capite turco è stimato a un livello medio/alto e il PIL del 2012 è di 773,1 miliardi di dollari⁶⁹. Si va ora ad osservare la crescita del Pil negli ultimi cinque anni in Turchia (tabella 1.4) e negli ultimi 10 anni ad Istanbul (tabella 1.5).

	2007	2008	2009	2010	2011
Pil pro capite	9.246\$	10.298\$	8.554\$	10.050\$	10.498\$
Pil crescita annua %	4.7%	0.7%	-4,8%	9,2%	8,5%

Tabella 1.4 Reddito pro-capite annuo e variazione del PIL Turchia

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

⁶⁷ Questo dato riguarda le persone registrate, si pensa che in realtà vivano ad Istanbul circa 18 milioni di persone.

⁶⁸ Ekumenopolis, film girato da Oku Olmayan Sehir, un ragazzo di Cihangir (quartiere del distretto di Beyoglu), offre allo spettatore un quadro generale sulle problematiche della città, toccando vari temi quali la Gentrification, il problema ambientale, quello demografico e gli effetti che provocherebbe la costruzione di un secondo ponte sul Bosforo. www.ekumenopolis.net.

⁶⁹ European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY.

Anno	2000	2005	2010
Pil pro-capite \$	8.730	10.840	13.500

Tabella 1.5 Reddito Pro-capite ad Istanbul

Fonte: Enhr Conference 5-8 luglio 2011, Tolosa, www.enhr2011.com

Si osserva che nonostante la crisi si sia fatta sentire nel 2008 e nel 2009, si è ritornati ora ad una crescita molto evidente. Si nota anche come il reddito medio ad Istanbul sia più elevato rispetto a quello della Turchia in generale, andando a confermare quanto detto precedentemente.

Per comprendere la portata della crescita economica turca e per valutare quanto ha influito la crisi finanziaria del 2008 si riporta la percentuale di disoccupati sul totale della forza lavoro (Tabella 1.6) collegandola alla tipologia di istruzione di cui essi dispongono (Tabella 1.7).

	2007	2008	2009	2010
Disoccupati % sul tot.	10,3%	11%	14%	11,9%

Tabella 1.6 Disoccupati in percentuale sul totale

Fonte: European Statistical System, Turkstat

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

Femmine	Maschi	Ed. bassa	Ed. media	Ed. alta	A lungo termine
10,2%	10,8%	11,1%	11,3%	8,1%	22,7%

Tabella 1.7 Disoccupati in percentuale sul totale del 2009

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

Si nota, quindi, che i disoccupati con educazione elevata, nel 2009, sono in percentuale minore rispetto a quelli con educazione bassa o media. Inoltre è utile affermare che tra i disoccupati a livello alto di educazione solo il 19% lavorano nel

settore culturale, mentre il 40% in altri settori⁷⁰. Si vuole in questo modo evidenziare come il settore culturale si possa rivelare fondamentale per lo sviluppo economico del paese.

Il livello di educazione viene analizzato considerando due gruppi della popolazione: 25-39 anni e 40-69 anni, per comprendere se c'è stato un effettivo aumento dell'istruzione nel tempo (tabella 1.8).

25-39 anni			40-64 anni		
Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta
64,0%	21,5%	14,5%	79,5%	11,8%	8,6%

Tabella 1.8 Livello di educazione in base all'età: fascia 25-39 anni (a sinistra) e fascia 40-64 anni (a destra), 2009

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

Si vede che il livello di educazione bassa nella popolazione giovane è sceso del 15,5%, mentre l'educazione media è aumentata di quasi il 10% e quella alta di circa il 6%, questo ci fa dedurre che il livello di istruzione medio si è alzato. Con il boom economico che sta vivendo il paese è molto probabile che si punti ad espandere l'istruzione obbligatoria a chiunque.

Si espone ora la percentuale e il numero di studenti iscritti a corsi di laurea che rientrano nel campo della cultura (tabella 1.9).

⁷⁰ European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY.

Materie umanistiche	Arte	Giornalismo e informazione	Architettura
133.309 (5,3%)	34.669 (1,4%)	94.393 (3,7%)	59.473 (2,3%)

Tabella 1.9 Studenti universitari nel campo della cultura, totale e in percentuale rispetto agli studenti iscritti nell'anno accademico 2007/2008

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

Le percentuali sono ancora molto basse, se si pensa che la Turchia sta investendo sul turismo e che Istanbul nel 2010 è stata Capitale Europea della cultura, dovrebbero esserci molti più studenti interessati a questo tipo di studi, poiché si possono creare nuovi posti di lavoro nel settore.

La capacità attrattiva della Turchia per i giovani, viene esposta andando ad esaminare il numero di ragazzi Erasmus che si recano nel Paese, ma anche di quelli che escono e che in questo modo hanno la possibilità di vivere all'estero (tabella 1.10).

Studenti Erasmus che escono dalla Turchia		Studenti Erasmus che entrano in Turchia	
2004/2005	2008/2009	2004/2005	2008/2009
1.142	7810	299	2661

Tabella 1.10 Studenti Erasmus degli anni accademici 2004/2005 e 2008/2009

Fonte: European Statistical System, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY

In quattro anni sono stati fatti grandi cambiamenti da questo punto di vista, si veda come gli studenti diretti all'estero siano aumentati di sette volte, mentre il numero di quelli che chiedono come meta la Turchia sia cresciuto quasi di dieci volte. Si vuole quindi esaminare l'offerta culturale del paese andando a vedere i dati sulle proposte culturali e scientifiche e il numero di fruitori che ha partecipato a tali eventi negli anni considerati (Tabelle 1.11 e 1.12).

	2008	%	2009	%
Totale	35.246	100	36.055	100
A pagamento	1.527	4,3	1.469	4,1
Gratuite	33.284	94,4	3.4081	94,5
Pagate parzialmente	435	1,2	505	1,4

Tabella 1.11 Numero di attività culturali e scientifiche svoltesi nel 2008 e nel 2009 in Turchia

Fonte: www.turkstat.gov.tr

	2008	%	2009	%
Totale	51.065.122	100	48.110.153	100
A pagamento	4.259.966	8,3	3.116.103	6,5
Gratuite	45.312.409	88,7	43.663.210	90,8
Parzialmente pagate	1.492.747	2,9	1.330.840	2,8

Tabella 1.12 Numero dei partecipanti alle attività culturali e scientifiche svoltesi nel 2008 e nel 2009 in Turchia

Fonte: www.turkstat.gov.tr

È interessante comprendere quanto ricettivi siano i musei e gli eventi culturali organizzati andando a guardare al numero dei visitatori che ne prendono parte ponendo una separazione tra eventi a pagamento e gratuiti (Tabella 1.13).

Anno	Numero musei	Numeri di eventi	Totale visitatori	N° visitatori entrata a pagamento	N° visitatori entrata gratuita
2002	177	2.744.257	17.269.739	11.447.361	5.822.378
2003	180	2.775.194	15.765.033	10.647.380	5.117.653
2004	176	2.800.643	16.464.956	11.785.071	4.679.885
2005	156	2.790.566	19.663.014	15.212.404	4.450.610
2006	175	2.866.303	16.086.050	10.375.980	5.710.070
2007	165	2.767.149	18.023.618	12.111.952	5.911.666
2008	159	2.989.749	22.736.238	15.823.171	6.913.067
2009	183	3.044.197	23.000.957	16.504.935	6.496.022
2010	185	3.096.599	27.107.203	17.209.442	7.897.761
2011	189	3.149.982	28.459.311	21.984.444	6.474.867

Tabella 1.13 Dati sulla partecipazione culturale in Turchia

Fonte: www.turkstat.gov.tr

Si osserva come il numero dei musei presenti nel territorio sia aumentato negli anni, seppur di poco, come anche quello dei programmi culturali, ma il dato importantissimo è il numero di fruitori partecipanti agli eventi che è aumentato di un terzo. Ovviamente questo valore si può ricondurre al turismo, infatti il grande boom si è verificato tra il 2008 e il 2011, anni in cui la Turchia ha iniziato a emergere come meta internazionale. Inoltre è da considerare che nel 2010 Istanbul è stata Capitale Europea della Cultura, a questo si può quindi ricondurre il numero dei visitatori di quell'anno.

Analizzando sempre la partecipazione culturale si considerano ora vari eventi culturali e di aggregazione sociale esaminando il numero di partecipanti nell'anno considerato (Tabella 1.14).

	Totale	Partecipanti	Non partecipanti
Passeggiare, andare al parco, luna park	100	12,8	87,2
Pic-nic	100	10,3	89,7
Fiere, carnevale	100	2,4	97,6
Bar, discoteca, osteria	100	2,3	97,7
Cinema	100	7,8	92,2
Teatro e balletti	100	1,5	98,5
Musica dal vivo, concerti	100	2,7	97,3
Musei e gallerie d'arte	100	1,3	98,7
Libreria	100	2,7	97,3

Tabella 1.14 Dati sulla partecipazione culturale in Turchia nel 2006

Fonte: www.turkstat.gov.tr

Dai dati esposti emerge un interesse per il cinema, una grande partecipazione a pic-nic e passeggiate nei parchi. Mentre una scarsa attrazione viene riservata a tutti gli altri settori. I dati sono unicamente riferiti al 2006, quindi è necessario valutare che dal 2008 l'attenzione per questa tipologia di eventi risulta maggiore, come indicato nei precedenti dati (Tabella 1.13).

Nei grafici si mostra una Turchia in via di sviluppo e in rapida crescita, si noti come il PIL procapite si sia modificato negli anni, considerando la crisi economica del 2008. In effetti lo stato ha come risorsa importante una popolazione giovane, è quindi avvantaggiato dal punto di vista dell'innovazione e della creatività, poiché i ragazzi hanno l'opportunità, attraverso l'istruzione e le esperienze, di introdurre novità e nuovi punti di vista su cui lavorare.

Nelle proposte, che mirano a creare un paese più vivibile, più libero e in cui c'è un'omogeneità tra le possibilità economiche della popolazione, è necessario tenere conto delle radici culturali, per cercare di allocare le tradizioni locali

all'interno di un universo globalizzato. Poiché la Turchia sta puntando la sua attenzione sul turismo culturale è importante mantenere visibili e riconoscibili tutte le caratteristiche distintive che rendono attrattivo il paese, senza compromettere le proprie radici per andare a servire i clienti a scapito della popolazione del luogo.

1.3.2 Il boom del mercato dell'arte turco

La Turchia, paese musulmano in pieno sviluppo economico, che conta 80 milioni di persone, si è aperta all'arte contemporanea negli ultimi 10 anni. Il mercato dell'arte turca è in piena crescita e si presenta giovane e dinamico, tanto che gli si attribuiscono circa 90 milioni di dollari per le vendite nel 2010. Grazie al boom economico le città vengono completamente riqualficate, mentre musei, gallerie d'arte e centri culturali iniziano a nascere in luoghi inaspettati. I nuovi ricchi, infatti, hanno scoperto la necessità di possedere una propria collezione d'arte, che spesso espongono in musei con il proprio nome o in spazi espositivi privati. Lo Stato, con governo conservativo e impegnato nella guerra contro i curdi, non si occupa del finanziamento dell'arte, ma controlla e a volte censura, tutta la scena artistica che è vista in modo ambiguo, poiché è molto positiva per il business ma non per la politica. Questa indifferenza da parte del governo provoca ansia negli artisti, che trovano nelle aziende l'unico supporto alla loro carriera; allo stesso tempo sono scettici nei confronti dei privati proprio per lo scontro tra pensiero intellettuale e quello commerciale.

Gli artisti non hanno molta influenza in Turchia ma avendo la possibilità di recarsi in paesi stranieri per la propria formazione, si sono interessati alla cultura artistica europea ed americana⁷¹. Negli ultimi dieci anni molti creativi sono tornati al paese d'origine dopo aver vissuto a Londra, Parigi e Berlino perché pare che ora il centro di tutto sia proprio Istanbul.

“It's a young country and a young city”, “that a san effect on the psiche. You can afford to make mistakes when you are young. You can take this risks⁷²”.

⁷¹ Hansen S., Istanbul art boom bubble, *New York Times*, 10/02/2012. http://www.nytimes.com/2012/02/12/magazine/istanbul-artboombubble.html?pagewanted=all&_r=0.

⁷² Kazma Ali (artista tornato da New York) in *Ibidem*

La scena artistica ad Istanbul nasce tra gli anni '80 e '90 grazie a Vasif Kortun, ora direttore del SALT⁷³, tanto che si dice che ci sia il "prima e il dopo Kortun"⁷⁴. Egli è un esempio di "cervello in fuga" che poi fa ritorno al proprio paese per sconvolgere la scena; infatti, nel 1998 lascia la direzione del Museo del Bard College del Centro di studi curatoriali a New York per aprire un piccolo ufficio ad Istanbul, *L'Istanbul Contemporary Art Project* che si presta come centro d'arte. Assieme alla banca Garanti inaugura la *Platform Garanti* al cui interno c'è un archivio di libri di critica e materiale artistico di produzione. Questa chiude nel 2007, ma viene presto sostituita dal SALT Galata, aperto nel 2011 e dal SALT Beyoğlu, due luoghi che si prefigurano come posti di

"research and experimental thinking"⁷⁵,

in cui si può trovare un archivio digitalizzato contenente informazioni sugli artisti concettuali degli anni '80 che non sono mai stati sul mercato.

L'intervento delle aziende per finanziare l'arte è una caratteristica della realtà turca: oltre alla banca Garanti, corporation come Yapi Kredi, Koc Holding (proprietario di ARTER, Museo Koc e Museo Pera ad Istanbul), Borusan Holding (proprietario di Borusan Contemporary e Borusan Musik ad Istanbul) e Siemens possiedono spazi dedicati all'arte contemporanea, musei e collezioni. Il fiorente mercato turco dell'arte, che dal 2001 al 2009 è cresciuto di quattro volte partendo da 10,2 milioni di dollari e arrivando a 46 nel 2009⁷⁶, attrae le case d'asta internazionali: nel 2008 Christie's testa la situazione con 11 lotti venduti su 15 mentre Sotheby's apre il suo ufficio ad Istanbul nel 2009. Gli investimenti nel mercato dell'arte non derivano solo dal boom economico, ma anche dal rinnovato interesse turco, nato con la prima Biennale di arte contemporanea di Istanbul nel 1987 (ora una tra le più importanti e stimolanti sulla scena mondiale). La stessa Biennale è una rivoluzione culturale ma anche economica, poiché è andata a stimolare un interessamento che ha mutato l'opinione internazionale del Paese. Essa è organizzata da IKSU, la fondazione per la Cultura e le Arti della famiglia

⁷³ SALT è un'istituzione non-profit di Istanbul, che ospita mostre, conferenze e attività interdisciplinari.

⁷⁴ Parte di un'intervista ad un artista, op.cit. Hansen S., 10/02/2012.

⁷⁵ Ibidem

⁷⁶ Dati di Artactic in Marchesoni M. A., Arte banche e aziende sostengono lo sviluppo, *il sole 24ore*, 18/04/2009.

Eczacibasi, proprietaria anche del museo di arte contemporanea Istanbul Modern; il maggiore sponsor è il già citato Koc Holding.

Gli artisti sono spesso sponsorizzati dalle aziende e di conseguenza sono condizionati dalle scelte di mercato e di investimento di queste. Esiste il rischio che i creativi si sentano oppressi e privati della propria libertà di esprimersi e che i collezionisti comprino solo per investire, senza conferire un senso estetico alle proprie scelte, ma solo lucrativo. Si acquistano quindi pezzi di artisti già nel mercato, senza promuovere nuove personalità che potrebbero dare molto all'arte in generale.

"Very few of them buy because they love the piece", "most of them are buying because you are famous"⁷⁷

"We see it as a lucrative business". "We see this as a good investment for our retirement and something to leave our daughter"⁷⁸

Le motivazioni all'acquisto di un'opera d'arte possono essere:

1. la questione estetica: legata alla soddisfazione personale (al di là del prezzo pagato e della bellezza oggettiva);
2. il senso di prestigio: indipendentemente dal gusto personale poiché l'oggetto d'arte è considerato un bene di lusso;
3. l'uso dell'opera d'arte come decorazione: spesso le aziende le mettono negli uffici, si vede quindi l'oggetto artistico come un bene complementare⁷⁹;
4. la sponsorizzazione e il supporto di artisti: l'acquisto diventa un fatto altruistico (ovviamente l'immagine personale o pubblica e l'effetto di prestigio devono comunque essere valutate)⁸⁰.

L'opera d'arte può offrire due tipologie di ritorno: quello fisico, caratterizzato dall'effetto estetico e di soddisfazione personale e quello finanziario, connesso al cambiamento del prezzo. Questi due aspetti sono spesso correlati, poiché anche

⁷⁷ Batibeki (artista), in Watson I. e Comert Y., The boom of the turkish art market, CNN, www.cnn.com, 8/02/2012.

⁷⁸ Samile Adali, (un uomo che sta assistendo ad un'asta) in Ibidem.

⁷⁹ Beni che possono essere utilizzati contemporaneamente per soddisfare un bisogno.

⁸⁰ Atukeren E. Seckin A., On the valuation of psychic returns to art market investments in *Economics Bulletin*, Vol. 26, N. 5, pp.1-12, 2007.

se si acquista solo per piacere, si spera che il valore cresca, inoltre i prezzi sono soggetti al mercato, quindi l'elemento finanziario è sempre presente. La decisione d'acquisto è una scelta economica, legata al concetto di costo-opportunità, cioè all'esistenza di un'alternativa a quello specifico bene. Poiché si dice che l'arte produce un più basso ritorno rispetto alle azioni e alle obbligazioni, si è voluto comprendere quale può essere la motivazione che porta le persone a comprare le opere, trovando una spiegazione nel valore generato dal beneficio del piacere estetico, dello *status symbol* e del prestigio di esserne proprietario⁸¹. Si individuano così due tipologie di attori del mercato dell'arte: I puri collezionisti e i puri speculatori. Entrambi sono influenzati da:

1. il cambiamento dell'entità del rischio, poiché il prezzo è volatile e esiste un certo grado di incertezza nella sua attribuzione all'opera;
2. il cambiamento dei costi;
3. l'introduzione di tasse inaspettate;
4. le modifiche nella regolazione;
5. il cambiamento nei generi e nei gusti personali⁸².

L'estensione del ritorno finanziario e psichico rispetto a quello totale è determinato, nei rapporti economici, dalla composizione degli attori (puri collezionisti e puri speculatori). Infatti, la stima del ritorno psichico complessivo può variare come la tipologia di azionisti nel mercato.

“The more pure collectors dominate the market, the lower is the financial return in equilibrium; the major part of the return is made up of psychic benefits⁸³”.

Avendo introdotto i concetti fondamentali sulle scelte di acquisto di un collezionista, si ha l'impressione che il boom dell'arte in Turchia degli ultimi cinque anni si debba necessariamente collegare alle nuove possibilità economiche, che hanno permesso a molti industriali di investire i loro soldi nella scena artistica. La maggioranza dei compratori, infatti, sono turchi, e alcuni di questi nuovi

⁸¹ Baumol W.J., Productivity Growth, Convergence and Welfare: What the Long Run Data Show, *The American Economic Review*, Vol. 76, issue 5, pp. 1072-1085, Dicembre 1986.

Throsby D., The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics, *Journal of Economic Literature*, American Economic Association, vol. 32(1), pp.1-29, Marzo 1994.

⁸² Frey, B. e Eichenberger R., On the return of Art Investment Return Analyses, *Journal of Cultural Economics* 19, pp. 207-220, 1995.

⁸³ Ibidem, p. 214.

collezionisti sono privi di esperienza e conoscono poco l'arte⁸⁴. Anche i galleristi si mostrano scettici nel vedere un tale dinamismo e fervore:

“we're starting to lose track of why it is that we are looking at art” “are we looking at it because it's worth 150.000 \$ or because it describes something about the human condition?”⁸⁵.

Si potrebbe affermare, da quanto detto, che il mercato dell'arte in Turchia sia una bolla che prima o poi scoppierà; è anche vero che l'interesse da parte dei giovani è molto vivo e non legato semplicemente agli investimenti, come può essere per le aziende⁸⁶. In effetti, la Turchia sta investendo sulla popolazione giovanile che, come si è visto, ricopre una buona percentuale rispetto al totale degli abitanti, quindi è possibile che la sensibilizzazione riguardo all'arte e alla cultura, proveniente per ora solo da investimenti privati, inizi ad essere un argomento da affrontare anche da parte del governo, offrendo aiuti agli artisti e finanziando alcune iniziative.

Nel secondo capitolo si prende più a fondo il tema in esame, riportando alcune interviste a galleristi ed artisti, approfondendo il caso del quartiere gentrificato di Tophane.

⁸⁴ Op.cit. Hansen, 10/02/2012.

⁸⁵ Guleryuz (proprietario galleria) in Watson I. e Comert Y., *The boom of the turkish art market*, CNN, 8/02/2012. <http://edition.cnn.com/2012/02/08/world/europe/turkish-art-market/index.html>.

⁸⁶ Deduzione da interviste svolte sul campo.

Capitolo 2

Il caso di Tophane

2.1 Un quartiere gentrificato

2.1.1 L'Istanbul Modern e l'inizio della Gentrification

L'arte contemporanea in Turchia si è sviluppata senza il sostegno dello stato e a volte anche contro la sua volontà. Al disinteresse del ministero della cultura e del turismo bisogna aggiungere quello dei governi locali, che non hanno mai messo a disposizione degli artisti fondi o spazi pubblici. Inoltre gli artisti contemporanei sentono il bisogno di mantenere le distanze dalla politica, per allontanarsi dall'idea di un'arte al servizio dello stato⁸⁷, ma anche perché nel Paese si sono succeduti molti partiti al governo e questo clima di instabilità politica non assicura nessuna certezza ai creativi.

Come afferma Gulsun Karamustafa, una tra gli artisti turchi più quotati e più conosciuti,

"We have no state support at all. The support we get is from commissions worldwide and private sponsors⁸⁸".

L'artista qualche decennio fa è stata arrestata e imprigionata, durante un periodo di instabilità politica, a causa della libertà di pensiero che esprime nei suoi lavori e poiché proviene da una famiglia di intellettuali di sinistra. Per 16 anni non ha potuto più lasciare il paese mentre ora passa metà dell'anno all'estero per i suoi progetti. Tutto è cambiato per Gulsun e per Istanbul nei primi anni del 1990 con la prima Biennale Internazionale di Istanbul, sponsorizzata dal conglomerato industriale KOC⁸⁹.

⁸⁷ Ancora oggi in Turchia esistono problemi di censura ed oppressione dell'espressione libera.

⁸⁸ Goldsmith R., Modern art boom exposes turkey's tensions, BBC News, Istanbul, 30/10/2010. http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/9138192.stm.

⁸⁹ Ibidem.

I fondi per l'arte provengono quasi completamente dal settore privato che è entrato in un mutuo accordo con lo stato, occupandosi del finanziamento e della creazione di musei, collezioni e del supporto agli artisti. Questa completa dipendenza dai privati può essere vista in modo critico: Necsmi Sonmez⁹⁰ afferma che il problema sta nel fare arte di qualità e che gli artisti turchi sono ancora troppo legati alla questione dell'identità e del folklore.

“And if banks and businesses are calling the shots, how truly independent are the artists?”⁹¹.

Gulsun però afferma di non aver mai sentito pressioni da parte dei mecenati:

"I talk about my own history. I don't know what is typical Turkish art. What I do is global art"⁹².

A Istanbul nel dicembre 2004 viene inaugurato l'Istanbul Modern, il museo di arte contemporanea della città che soddisfa anche il primo ministro poiché, con questa nuova apertura, si mostra come l'AKP (Partito di giustizia e sviluppo, al potere) riconosce nell'arte un fattore d'immagine e di marketing per il paese, di cui si può servire per entrare nel mercato estero e per il turismo⁹³.

La prima proposta del progetto per l'Istanbul Modern viene presentata nel 1987 durante la 1^a Esposizione Internazionale di Arte Contemporanea conosciuta come Biennale Internazionale di Istanbul. Il Dr. Nejat F. Eczacıbaşı, appartenente ad una delle più facoltose famiglie turche, pensa ad un progetto per fornire alla città un museo di arte contemporanea, motivato dall'interesse che riceve l'evento, dal dinamismo e dalla novità che porta alla scena dell'arte turca. Dopo alcuni anni Feshane, una fabbrica tessile del 1800 situata sul Corno d'oro, viene convertita in uno spazio adibito all'esposizione di arte contemporanea, ospitando la 3^a Biennale di Istanbul, ma il progetto di farlo diventare un museo non si è mai realizzato. Successivamente varie istituzioni ed individui pensano alla creazione di un Museo di Arte Moderna, ma l'iniziativa fallisce a causa della mancanza di spazi adatti o della difficoltà nell'ottenere opere d'arte per creare una collezione permanente.

Nel 2003 il progetto viene modificato, poiché il quarto magazzino sul molo di Galata, vicino all'Accademia delle Belle Arti di Mimar Sinan, è stato usato per

⁹⁰ Curatore indipendente. www.necmisoenmez.de.

⁹¹ Ibidem.

⁹² Ibidem.

⁹³ Karaka b., *When Duty Calls: Question of Sensitivity and Responsibility in Light of Tophane events*, Red thread, issue3, 2011. <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=49>.

ospitare l'8^a Biennale di Istanbul. Il Primo Ministro Recep Tayyip Erdoğan conferma la sua approvazione all'uso permanente del sito, quindi il magazzino di 8.000 m² ora ospita uno tra i più importanti musei di Istanbul. Con la fondazione dell'Istanbul Modern, l'arte turca inizia ad essere oggetto d'interesse per le istituzioni europee, in particolar modo cambia l'idea generale sulla città, che ora viene vista come una capitale dell'arte contemporanea.

Nel periodo ottomano il museo viene visto come un luogo dedicato all'esibizione del potere e alla dimostrazione della capacità di governare un territorio vasto, esponendo oggetti provenienti dalle varie regioni. Nel tempo della Repubblica turca i musei vengono concepiti come luoghi di cultura, che devono insegnare ed educare le persone preparandole ad essere parte di una nazione "civilizzata". L'Istanbul Modern è invece un elemento che dimostra lo sviluppo di uno stato che sta entrando nel mondo globalizzato, quindi potrebbe essere un mezzo utilizzato per l'accesso alla comunità europea, ma anche un modo attraverso il quale il partito al potere (AKP), che rappresenta l'Islam, sia riuscito a guadagnare il favore dei laici⁹⁴.

Il museo, che è posto esattamente dove hanno luogo la Biennale d'arte e i festival internazionali, manifesta l'apertura alla globalizzazione e alla commercializzazione attraverso il finanziamento dell'arte e della cultura da parte dei privati. L'Istanbul Modern punta a combinare attività educative e di intrattenimento mostrandosi come un punto d'incontro per le persone. Si rinnova in questo modo l'immagine e l'identità del museo classico, esponendo non solo collezioni permanenti ma anche mostre temporanee che attirano maggiormente i visitatori e i turisti. Focalizzando la sua attenzione sugli artisti turchi, il museo ha un grande impatto nel mondo dell'arte del paese, che è diventato dinamico e apprezzato all'estero. Vengono influenzati quindi molti aspetti dell'arte e della cultura:

- gallerie e musei privati dedicati all'arte contemporanea aprono ad Istanbul;
- un nuovo concetto di moda inizia a spopolare, cioè quello legato al mondo occidentale;
- i personaggi ricchi nelle serie tv iniziano ad annunciare la loro intenzione

⁹⁴ Aliçavuşoğlu E., *How a national museum perception is created through a special collection from imaginary to reality*, Università di Marmara, Synergie Turquie n.4, pp.47-57, 2011.

“to open a museum commemorating his name” o “a wish to continue in the business world as a collector of contemporary art⁹⁵”.

Con l’apertura dell’Istanbul Modern l’arte si è fusa con il mondo del business, dei ricchi, della cultura popolare e della politica, andando quindi a creare una classe elitaria che si può permettere di partecipare alle inaugurazioni, come di passare la giornata al museo con la famiglia. Nel momento della sua ideazione, si è sottovalutato l’aspetto locale, poiché i quartieri di Tophane e Karaköy sono abitati da persone di basso ceto, per lo più aventi una cultura elementare. Andando ad inserire un luogo dedicato solamente a persone di un certo tipo, in un’area che è caratterizzata dalla povertà, si scatena un cambiamento improvviso nella vita delle persone locali e un’interazione con individui molto diversi tra loro, che se non è ben controllata e gestita può provocare dei disagi.

Dalla creazione del museo, il quartiere di Tophane sta vivendo una trasformazione sia urbanistica che sociale, poiché l’Istanbul Modern attira un flusso turistico, prima inesistente nella zona, che sta creando i presupposti per un distretto culturale. Con l’arrivo di gallerie d’arte, hotel e boutique, il distretto sta divenendo un luogo interessante e da esplorare per i turisti come anche per i cittadini di Istanbul. La strada Boğazkesen, che collega Beyoğlu a Fındıklı è diventata la scena di cambiamenti artistici, con lo stabilimento nell’area di molte gallerie. I galleristi sono stati motivati ad aprire l’attività in questa zona, considerata conservatrice, poiché collega l’area dell’Istanbul Modern, del Siemens Sanat, dell’Università Mimar Sinan e del centro culturale Depo, con Beyoğlu in cui esiste una grande varietà di attività culturali come cinema, music hall, centri culturali, musei e gallerie. Azra Tüzünoğlu, proprietaria di Pilot Galeri⁹⁶ afferma

“There are many big art institutions in the upper and lower parts, but we needed something to fill the places in between. You might have noticed that there are groups of art venues in Fındıklı, Beyoğlu, Nişantaşı and Bebek. What we did is connect these places together and offer people a more enjoyable experience⁹⁷”.

⁹⁵ Ibidem p. 53.

⁹⁶ www.pilotgaleri.com

⁹⁷ Özarslan S., Tophane transforming into alternative art hub, Today’s Zaman, Istanbul, 06/06/20101.
http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=2D83EEC4BFEE749EA E647BFB66EA4B3D?newsId=212255.

2.1.2 Cambiamenti in atto

Tophane, che letteralmente significa “Arsenale”, si trova nel centro storico del distretto di Beyoğlu, il quartiere collega İstiklal, la lunga strada pedonale, a Karaköy, da dove parte il ponte di Galata. Per secoli fu il sito in cui si trovava il Tophane-i Amire, la fabbrica di armi ottomane, che è divenuta obsoleta nel 19° secolo con l’importazione delle armi dall’occidente. Il quartiere quindi diventa multietnico e ospita perlopiù negozi e magazzini che lavorano con il porto lì vicino. Negli ultimi anni gli stabili adibiti a scambi marittimi e i complessi industriali hanno lasciato posto a musei e gallerie d’arte contemporanea, che ospitano mostre, ed eventi culturali internazionali come la Biennale di Istanbul. L’area quindi si trasforma in zona d’arte, ma questo porta a cambiamenti forzati della composizione etnica, attraverso migrazioni e dislocamenti, lasciando perciò poco spazio al ricordo delle tradizioni di un quartiere secolare legato all’eredità della potenza militare ottomana.

“The Change began when the ‘rather ordinary’ little house of the muhtar [municipal officer responsible for and elected by the neighborhood] was converted into an Ottoman-style wooden house. The whole process was finalized within a few weeks. The structure is now shining in the middle of the Tophane Park, fulfilling the desire for the revitalization of ‘pure’ Turkish identity(...)it would naturally be experienced as completely asynchronous by residents⁹⁸”.

Da qualche anno si sta parlando di un progetto che riguarda il porto di Galata, un piano residenziale che include il quartiere di Karaköy e che ha aumentato in modo esponenziale il valore immobiliare reale. Ciò che si vuole trasformare è un’area di 100.000 m² che è situata attorno al porto, da destinare ad hotel di lusso, ristoranti e negozi per le crociere internazionali, poiché si vuole creare il migliore porto per navi da crociera del mondo (figura 1). Sono state sollevate alcune polemiche a causa dell’altezza degli edifici progettati, della privatizzazione dell’area, dell’assenza di una partecipazione democratica nell’approvazione del piano, per la mancanza di relazioni spaziali e funzionali con il contesto e per la riutilizzazione impropria di edifici storici. In effetti i progetti per le aree portuali di Istanbul sono finalizzati alla costruzione, o all’invenzione di una

⁹⁸ Tan P., The closing in of an Istanbul neighbourhood, in Narula M., Sengupta S., Bagchi J. & Sundaram R. (ed.), *Sarai Reader 07: Frontiers*, Centre for the Study of Developing Societies, Delhi, p.487, 2007.

nuova immagine della città che mira ad attrarre investimenti legati al turismo internazionale, non valutando gli effetti sui locali⁹⁹. Il primo ministro Recep Erdoğan evidenzia l'essenza dell'approccio ufficiale riguardo ai quartieri poveri della città chiamandoli

“cancerous district[s] embedded within the city¹⁰⁰”.



Figura 2.1 Progetto del Galata Port

Fonte: <http://www.tabanlioglu.com/prj-galata.html>

“Despite complaints from locals, the gentrification of Beyoğlu and the historic peninsula, and the re-building of the waterfront around the Golden Horn have created new spaces of leisure and culture where luxury hotels and world-class restaurants open every week. Occupancy rates are high as international meetings and congresses proliferate, while the nightlife and culinary delights has become legendary¹⁰¹”.

Ciò che preoccupa maggiormente i residenti è il rapido cambiamento urbano che sta vivendo il distretto:

⁹⁹ Scopetta C., *Waterfronts e immagini urbane tra globale e locale. Il caso di Istanbul*, DPTU Università Sapienza di Roma, Roma, 2006.

http://www.academia.edu/453452/Waterfronts_e_immagini_urbane_tra_globale_e_locale._Il_caso_di_Istanbul.

¹⁰⁰ Parte dell'intervista a Korkmaz, in Gallo L., Urban poor linger in shadow of Istanbul nuova, *Hurriyet Daily News*, 01/10/2010.

¹⁰¹ Parte dell'intervista a Keider, in ibidem.

“if Galataport is built, mostly foreigners will move in here, and the Islamic religious community that lives here now will decrease, the imam will be transferred, and in the end the mosque itself will be closed down and become a sort of relic of the past¹⁰²”.

La popolazione di Tophane è costituita per lo più da migranti di origine araba che provengono dall'est della Turchia e che hanno rimpiazzato le minoranze non musulmane come gli Armeni, i Greci e gli Ebrei, usciti dal paese a causa di una campagna nazionalista culminata in eventi violenti del 6 e 7 settembre 1955. Le uniche minoranze ancora presenti nel quartiere sono i Curdi e i Rumeni che subiscono ancora discriminazioni. La maggioranza dei residenti condivide le azioni dello stato, infatti è risaputo come questi abbiano legami con l'estrema destra, cioè con Milliyetcy Hareket Partisi (MHP, Partito del movimento nazionalista), Buyuk Birlik Partisi (BBP, Partito della grande unione) e con il partito pro islamico Adalet ve Kalkinma Partisi (AKP, Partito di giustizia e sviluppo). Inoltre, essendo quest'ultimo al governo statale e alla municipalità, esistono organizzazioni politiche e religiose che lo riguardano anche a Tophane¹⁰³.

Riprendendo Bourdieu e la sua definizione del capitale sociale si potrebbe affermare che il quartiere si mostra multiculturale, quindi è presumibile che i residenti siano portati all'accettazione dell'altro e alla sua accoglienza (se questi non va a modificare il modo di vivere degli abitanti). Si può parlare di impegno attivo nella vita pubblica, in questo caso nella politica, come anche è doveroso ricordare quella socialità e convivialità, tipica del quartiere, che si riscontra anche solo camminando per le vie, vedendo molti abitanti seduti a bere il thé tradizionale turco. Per quanto riguarda la formula “most people can be trusted”, i residenti hanno dato prova di essere uniti e di condividere opinioni e disagi nel 2010, durante e dopo un fatto spiacevole accaduto nel quartiere (se ne parlerà più avanti)¹⁰⁴.

Di fronte ai cambiamenti urbani e sociali in corso si ha però l'impressione che gli abitanti del quartiere siano molto vulnerabili e che non abbiano alcuna voce in

¹⁰² Burayde intervistato in Letsch C., Under construction a stroll through Tophane, *Tarlabasisistanbul*, 9/10/2010. <http://www.tarlabasiistanbul.com/2010/10/under-construction-a-stroll-through-toplane/>.

¹⁰³ Ahiska M., *Monsters that remember. Tracing the story of the Workers' Monument in Tophane, Istanbul*, Redthread issue 3, 2011. <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=64>.

¹⁰⁴ Queste considerazioni derivano da una personale esperienza sul campo.

capitolo rispetto alle leggi economiche che dirigono le scelte politiche riguardanti i nuovi piani urbanistici.

“In areas that are open for profit-making and development, new ways of living are being aggressively promoted. Sometimes this happens naturally and slowly, and sometimes this happens in a fast and radical fashion (...) People in Beyoğlu are anxious and troubled by this because they know they are just temporary residents there. This anxiety has started to reflect onto the streets”. “The biggest danger of these urban renewal areas, of radically changing urban spaces with total unconcern for the people who live there, is the destruction of urban peace¹⁰⁵”.

“Everything is fine here at the moment, we’re at ease. But three or four years from now, the peace we now have will be gone. They want to turn this into an area of bars and nightclubs¹⁰⁶”.

La musica alta che proviene dai nuovi locali è un fattore di disturbo per i residenti tanto che sono state scritte delle petizioni contro i bar che però non hanno avuto alcun successo, essendo questa diventata una zona in cui iniziano a girare molti turisti. Dall’altra parte il proprietario di un bar si è lamentato alla *mufti* locale (la scuola islamica) che la chiamata alla preghiera della moschea Tom Tom ha un volume troppo alto, dopo l’episodio il volume dell’*ezan* viene abbassato.

“So night after night of loud music is no problem, but the few minutes of the call to prayer is?¹⁰⁷”.

In Turchia la divisione tra laici e musulmani è raramente sentita, ma nel caso di Tophane è la paura dell’altro il fattore scatenante dei problemi con il vicinato. Infatti i residenti credono di poter essere cacciati e vedono il proprio stile di vita modificarsi contro la loro volontà, mentre i nuovi abitanti non si sentono liberi di vivere come vorrebbero.

“While we don’t discriminate against anybody, these rich people make a distinction between rich and poor. I wear different clothes than them, my style is very different. I feel like a stranger around them, I am not at ease¹⁰⁸”. “People laugh at me when I walk down the street, though I was born and raised here. Just a month and a half ago, a man insulted me and my sisters because of our clothes. That man had moved here from Malatya. He was rich and had lived a more exclusive life, but then he comes and treats the people that have always lived here badly. These are the experiences that we [long-time residents] have¹⁰⁹”.

¹⁰⁵ Yapıcı Mücella della Camera degli architetti di Istanbul, in op.cit. Letsch C., 9/10/2010.

¹⁰⁶ Parte dell’intervista a Mehmet, in ibidem.

¹⁰⁷ Parte dell’intervista a Burayde, in ibidem.

¹⁰⁸ Parte dell’intervista a Mehmet, in ibidem.

¹⁰⁹ Parte dell’intervista a Burayde, in ibidem.

I proprietari delle gallerie sono spesso criticati poiché non hanno mai cercato di integrarsi con le persone del luogo,

“We have no idea what these galleries are actually doing. Some might even exhibit artwork that protests against projects like Galataport, but we don’t know. They come here as strangers, there are no real neighbourly relations with them. When I came here, I got a few bad reactions as well, because my hair is long, for example. But that changed quickly when people here got to know me; we all get along¹¹⁰”.

I residenti di Tophane non vivono solamente un cambiamento sociale, ma anche una pressione economica che sta investendo il loro quartiere già da tempo.

“Prices are increasing. Even the fruit and vegetable seller now offers organic produce. A kilo of tomatoes that used to cost one lira is sold for 10 liras in some places now¹¹¹”. “Five years ago, they wanted 350.000 TL (about \$224.000) for this house. Now it sells at 4.000.000 TL, (\$2,56 million)¹¹²”.

“This model of urban development does not rely on the consent of its citizens but on the imperative of bringing in foreign direct investment. It refers to market-centric criteria for success and treats the city as a corporation competing with other ‘city-corporations’¹¹³”.

La politica fondata sull’esclusione può portare alla divisione tra classi sociali e incoraggia l’omogeneizzazione e gli effetti distruttivi della globalizzazione. Se si parte da questi presupposti, in una società che sta emergendo e che si sta innovando, la strada per la convivenza pacifica e serena è molto ripida. Quindi sarebbe il caso di domandarsi se questo rinnovamento urbano stia davvero portando miglioramenti e a chi li stia portando.

2.2 Proposte culturali del quartiere

2.2.1 Gallerie d'arte

Il quartiere di Tophane è caratterizzato dall’alta concentrazione di gallerie d’arte contemporanea, per lo più specializzate in giovani artisti turchi che mettono

¹¹⁰ Parte dell’intervista a Hassan, in Ibidem.

¹¹¹ Parte dell’intervista a Yapıcı Mücella, in Ibidem.

¹¹² Lewis J., Turkey: Istanbul Gentrification Opens Second Front in Culture War, *Eurasianet*, 3/01/2011. www.eurasianet.org/node/62653.

¹¹³ Parte dell’intervista a Karaman O., geografo urbano dell’Università del Minnesota in Utkan H., Urban transformation and “finished” city, *Hurriyet Daily News*, 11/10/2010.

in evidenza e che fanno conoscere. Essendo inserite in una zona ricca di stimoli e di attività culturali, molti collezionisti, turisti e amanti dell'arte passano per le vie del quartiere, attratti dalla ricca offerta creativa e dall'ambiente un po' naïf che contraddistingue l'area. Si vogliono ora far emergere le proposte artistiche di questi spazi dedicati all'arte, andando ad analizzare ogni galleria del sobborgo per quanto riguarda gli artisti promossi, i programmi dedicati ai giovani creativi e le attività collaborative tra gallerie. La via Boğazkesen, strada che collega İstiklal a Karaköy, ospita per lo più gallerie d'arte, proprio perché passaggio obbligatorio tra due zone molto attive: İstiklal è la via dei negozi, in cui esistono tre grandi centri culturali ed espositivi, Arter, il Salt Beyoğlu e il Borusan Musik; Karaköy invece è la zona del lungo mare in cui risiede l'Istanbul Modern.

La Rodeo Gallery, diretta da Sylvia Kouvali, è stata la prima galleria internazionale ad Istanbul, precedentemente esistevano collezioni private, musei e centri culturali ma il concetto di creare degli spazi interamente dedicati all'esibizione e alla vendita di opere d'arte era ancora una novità. Inizialmente la galleria si concentra su artisti turchi, ciprioti e greci per poi espandere i propri orizzonti anche ad altre nazionalità, rappresentando ora in tutto 13 artisti. La galleria è stata presente in molte fiere internazionali, tra cui Sunday a Londra, Vienna Fair, Liste 17 Basilea, Frieze New York, Frieze London, Art Basel, Independent New York, Art Dubai, Contemporary Istanbul, Art Forum a Berlino, Artissima a Torino, Zoo Art Fair a Londra, Art Athina ad Atene, Arco a Madrid, NADA Art Fair a Miami. L'esercizio commerciale si è trasferito da Tophane, dove risiedeva in un vecchio magazzino di tabacco, a Taksim, piazza principale del distretto di Beyoğlu. Inizialmente Kouvali sceglie Tophane poiché è un ambiente originale e grintoso ma con i prezzi degli affitti bassi che attirano i creativi. Attualmente gli affitti sono alle stelle poiché il quartiere è in cambiamento e gli immobili ristrutturati o nuovi vanno a servire una classe abbiente, quindi anche le gallerie subiscono una sorta di Gentrification¹¹⁴.

Anche Gallery Non si è spostata dal quartiere di Tophane, ora è situata in Mısır apartmanı, edificio che si trova lungo la via pedonale İstiklal e che ospita per lo più gallerie d'arte. La scelta del cambiamento di location può essere legata al fatto accaduto nel 2010 (se ne parlerà nel prossimo paragrafo). La galleria è stata

¹¹⁴ Osborne L., Sylvia Kouvali's Istanbul: Tophane, *Afar magazine*, maggio/giugno 2012. <http://www.afar.com/magazine/sylvia-kouvalis-istanbul-toplane>
www.rodeo-gallery.com.

fondata da Derya Demir, ospita esposizioni di artisti internazionali e rappresenta 10 artisti turchi che adottano pratiche creative originali, usando nuovi linguaggi e creando nuove esperienze. Con i suoi artisti ha partecipato a Diyalog, Contemporary Art from Turkey's project a ViennaFair, Art Basel Miami Beach Art Position, Frieze Frame, Loop Fair Barcelona, NADA Miami Beach, Contemporary Istanbul, Artissima18, NADA Hudson. La galleria presenta anche una piattaforma dedicata all'arte performativa "*Non-stage*", con cui commissiona e ospita eventi e rappresentazioni non convenzionali, invitando gli artisti e incoraggiandoli a far emergere delle pratiche critiche, poiché si vuole creare i presupposti per una discussione sulle discipline presentate. Negli ultimi anni Non-stage si riferisce ad un nuovo tipo di pubblico dedicandosi all'esplorazione di nuove tendenze¹¹⁵.

Gallery Apel è stata fondata nel 1998 da Nuria Terzioglu, il membro fondatore di Sanart e la coordinatrice delle attività artistiche di Design, Belle Arti e Architettura dell'Università Bilkent. La galleria è stata una tra le prime ad aprire nella zona, fino ad ora ha esposto 62 artisti, molti sono del luogo, tutti giovani e con poca esperienza poiché a Terzioglu piace rischiare presentando nuovi lavori artistici¹¹⁶.

La galleria Pi Artworks è stata fondata da Yesim Turanlı nel 1998 ed ha due sedi: una nello stabile Mısır apartmanı, l'altra nella via Boğazkesen a Tophane. Per 10 anni la galleria è rimasta ad Ortaköy, ma, insoddisfatta dal numero di visitatori, la proprietaria ha deciso di trasferirla a Tophane: luogo vivo e culturale. Turanlı è una dei fondatori dell'Istanbul Art Museum Foundation, di cui è stata direttrice nel 2007 e nel 2008. La galleria non è specializzata in un genere, i suoi artisti lavorano con la scultura, la pittura, la fotografia e la video art. Pi artworks rappresenta 16 artisti turchi e internazionali, che hanno tra i 30 e i 50 anni, è presente nel circuito internazionale e partecipa spesso a fiere quali The Armory Show, Moving image London, SH Contemporary, Hong Kong International Art Fair, Art Dubai, Contemporary Istanbul, Marrakesch Art Fair e Art Beat Istanbul¹¹⁷.

Pg Art Gallery è stata fondata nel 1993 da Pırıl Güleşçi Arıkonmaz e Gülsen Güleşçi. Inizialmente esponeva solo artisti turchi affermati, mentre negli ultimi anni

¹¹⁵ www.galerinon.com.

¹¹⁶ Informazioni parzialmente ricavate dall'intervista via mail a Nuria Terzioglu, proprietaria della galleria.

www.galleryapel.com.

¹¹⁷ Informazioni parzialmente ricavate dall'intervista a Tugda Esen di Pi Artworks, 15/06/2012, Istanbul.

www.piartworks.com.

si è dedicata al supporto di artisti nazionali ed internazionali emergenti focalizzandosi sull'arte contemporanea rappresentando 21 artisti. Ha partecipato a Contemporary Istanbul, Marrakesch Modern and Contemporary Art Fair, Budapest Art Market. La galleria ha sempre cercato di proporre nuovi modi di fruire l'arte, attraverso l'organizzazione di eventi particolari. Dal 13 settembre al 28 ottobre 2011 ha proposto un'iniziativa molto interessante chiamata *Uncanny Game*. Si è scelta per l'esposizione una location originale: l'Hamam storico Tahtakale (situato vicino al ponte di Galata nella parte storica della città) poiché rappresenta lo spirito e l'atmosfera che si vive ad Istanbul. Il progetto è stato inaugurato in corrispondenza della Biennale di Istanbul ed è stato sponsorizzato da ROMAN. Vengono esposti 22 artisti che utilizzano vari mezzi artistici e che hanno approfondito il significato di gioco, analizzando i vari modi in cui si gioca nella vita quotidiana e mettendo in evidenza le stranezze che caratterizzano la vita di tutti i giorni¹¹⁸.

Daire Sanat, fondata e diretta da Seline Sol, si trovava nei pressi di Cihangir fino a novembre del 2011, quando ha preso posto a Tophane, di fronte a Pg Art Gallery e Pi Artworks, poiché la zona è più attrattiva per turisti e collezionisti. La galleria rappresenta 12 artisti e ne ha esposti altri 57 fino ad ora. Essa è specializzata in giovani artisti turchi, infatti si propone come uno spazio aperto, che vuole promuovere e supportare l'arte contemporanea e i lavori indipendenti, cercando di coinvolgere i collezionisti. Le sue collettive espongono temi che mettono in discussione le questioni sociali e culturali attraverso i mezzi artistici¹¹⁹.

Mars Istanbul, fondata nel 2000 dall'artista e architetto Pinar Ogrenci, è nata come ufficio per la progettazione dei disegni e dei piani di restauro. Nel 2010 è stata trasformata in studio d'artista e viene trasferita nella sede attuale, a Tophane. L'intenzione della proprietaria è di condividere lo spazio con artisti in visita, curatori, critici, pubblico e in questo modo contribuire attivamente a rendere più attiva la scena artistica di Istanbul. La galleria non ha solo un carattere commerciale, ma si tratta di un progetto che punta alla condivisione della passione

¹¹⁸ www.pgartgallery.com.

¹¹⁹ Informazioni parzialmente ricavate dall'intervista a Gülşah Altinkaya, Art Manager, BA Asistant to Director di Daire Sanat, Istanbul, 12/06/2012.

www.dairesanat.com.

per l'arte e all'affrontare temi contemporanei quali la relazione tra architettura e città o come il problema dei luoghi dedicati all'arte¹²⁰.

Edisyon è uno spazio d'arte alternativo, creato da Çağlar Kızılcık e Yetkin Başarır, in cui collaborano designer, fotografi, artisti e grafici, giovani e spesso non conosciuti. Le opere esposte sono in vendita ma l'idea alla base non è quella di una galleria commerciale, si è adottata questa misura per la sola sostenibilità dello spazio¹²¹. Gli artisti consegnano i loro lavori individualmente alla galleria senza essere oppressi da richieste

“Those artists, who created those art works are independent. We do not tell them what to create and how to create. We do not lead them in their creation process. We do not want anything from the artist. The works at Edisyon do not have to belong to a popular artist. We do not care about the identity of the artists but the work that he or she wants to give to Edisyon¹²²”.

In Edisyon nessuno è curatore e non si decide se esporre qualcuno o no, ognuno è libero di farlo poichè

“The most important thing is to believe the work that those artists are doing¹²³”.

Kumbaracı4 è la nuova galleria di Tophane, aperta a luglio, è stata fondata da Ebubekir Mete, Edip Sağlık and Erhan Geyik, tre amici d'infanzia cresciuti a Tophane. Lo spazio si dedica interamente ad opere d'arte islamica create con tecniche come la calligrafia, la miniatura, la doratura, la fabbricazione di piastrelle e l'ebru, cioè la marmorizzazione della carta. La ragione che spinge i tre fondatori a creare uno spazio per l'arte tradizionale è che non ne esistono ad Istanbul.

“There are hundreds of art galleries in İstanbul, but not even one of them [their owners] ever thought of bringing together artists, connoisseurs and buyers of traditional arts. We saw a problem there and so we wanted to help make İstanbul a center of traditional arts¹²⁴”.

¹²⁰ www.marsistanbul.net.

¹²¹ Informazioni parzialmente ricavate dall'intervista a Yetkin Başarır, Istanbul, 5/05/2012.

¹²² Intervista a Başarır in Utkan H., Small is Beautiful, *Mashallahnews*, 14/02/2011. <http://mashallahnews.com/?p=1684>.

¹²³ Ibidem.

¹²⁴ Karahan J., New Art space for traditional art in Istanbul's Tophane, *Today's Zaman*, Istanbul, 18/07/2012. http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action?newsId=286959.

La galleria si rivolge in modo particolare a collezionisti e interessati all'arte turchi poichè il sito stesso non presenta la traduzione in inglese.

Alla luce dei fatti accaduti nel 2010, pare che questa nuova apertura voglia rappresentare le persone locali all'interno di un mondo, dedicato all'arte contemporanea, che li esclude. Sarebbe interessante capire come la galleria si relazioni con le altre presenti nella zona, ma anche come viene percepita dai residenti storici.

Fototrek è uno dei centri fotografici più importanti di Istanbul, creato nei primi anni 2000 e che vuole creare un dialogo tra professionisti e fotografi amatoriali organizzando mostre, presentazioni, conferenze e seminari che prevedono lezioni teoriche e pratiche. Ogni evento si propone di creare una condivisione di opinioni e di esperienze scambiando informazioni e dando un supporto per l'apprendimento¹²⁵.

Le gallerie di Tophane da qualche anno organizzano un evento chiamato Tophane Art Walk che prevede un'apertura straordinaria la domenica. Ogni due mesi circa un nuovo programma viene pianificato, ma non sono coinvolte sempre tutte le gallerie poiché alcune possono non avere esposizioni allestite. Per partecipare è necessario iscriversi e ogni volta viene preparata una mappa in cui sono indicate tutte le gallerie che aderiscono al progetto, con le esposizioni del mese (figura 2 e figura 3). Inoltre sono segnalate le posizioni dei centri culturali e dei musei presenti nella zona. La mappa rimane in tutte le gallerie fino al Tophane Art Walk successivo poiché è un mezzo per far conoscere la zona e le sue attività culturali. Yesim Turanlı, la proprietaria di Pi Artworks e Azra Tüzünoğlu, proprietaria di Pilot Gallery, hanno ideato il progetto.

“This is a nice place for art observers to come and walk around. It's hard to go to more than two or three art galleries in one day in İstanbul because of the traffic. Our project offers the comfort of going to one neighborhood and visiting several art venues¹²⁶”.

L'iniziativa ha riscosso molto successo proprio perché si dà la possibilità ai lavoratori di visitare le gallerie, che durante l'evento raggiungono anche 200/300

¹²⁵ www.fototrek.com.

¹²⁶ Özarslan S., Tophane transforming into alternative art hub, *Today's Zaman*, 06/06/2010, http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=2D83EEC4BFEE749EA E647BFB66EA4B3D?newsId=212255.

visitatori, quando normalmente ci si aggira tra le 15/30 persone al giorno¹²⁷. Inoltre attraverso questo progetto il rapporto tra galleristi è diventato collaborative

“TAW was initiated by young gallery owners and they were able to start a wonderful relationship among the Tophane galleries¹²⁸”.



Figura 2.2 Volantino del Tophane ArtWalk 07/10/2012

Fonte: www.tophaneartwalk.com

¹²⁷ Informazioni ricavate dalle interviste a Tugda Esen (Pi Artworks), 15/06/2012, Istanbul e a Nuria Terzioglu (Gallery Apel) via mail.

¹²⁸ Dall'intervista a Nuria Terzioglu (Gallery Apel) via mail.

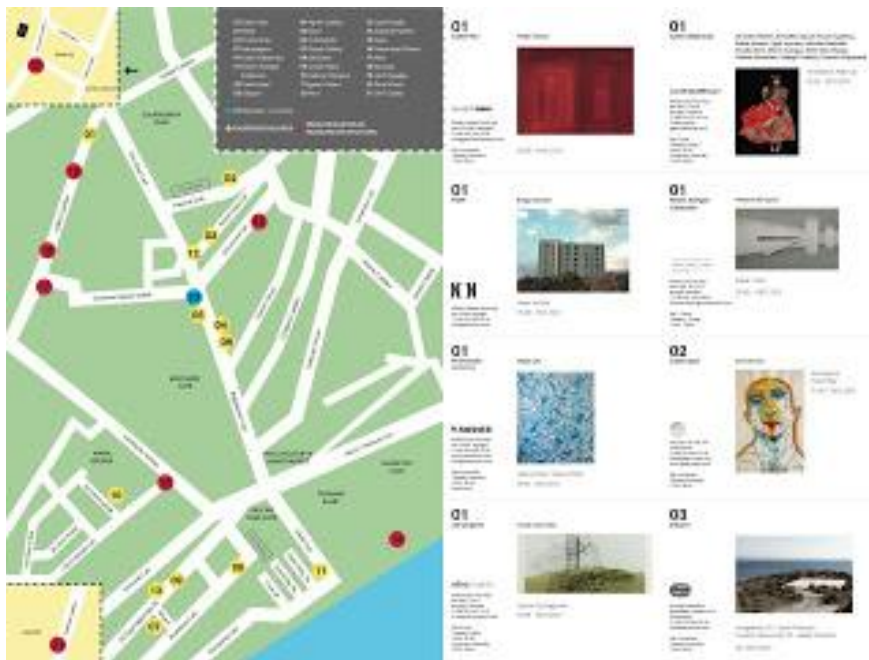


Figura 2.3 Mappa del quartiere con gallerie e centri culturali che partecipano a Tophane ArtWalk
Fonte:www.tophaneartwalk.com

2.2.2 Centri culturali e musei

Depo è un centro culturale allocato in un ex magazzino di tabacco, il Tutunu Deposu, a Tophane. Dalla Biennale del 2005 è stato occasionalmente utilizzato come uno spazio per esposizioni o dedicato a progetti. Da gennaio a maggio del 2008 lo stabile viene rinnovato e da giugno dello stesso anno il personale ha iniziato a lavorare nell'ex deposito, organizzando la prima esposizione a gennaio del 2009. Lo stabile annesso è stato ristrutturato nel 2009 e viene ora usato per la proiezione di film e per i workshop per bambini del quartiere oltre alle mostre collettive e personali; inoltre da febbraio 2012 l'edificio ospita una radio indipendente, Açık Radyo.

Depo è un'iniziativa di Anadolu Kultur, un'organizzazione non profit che è stata fondata nel 2012 ed è stata fondamentale per la circolazione dell'arte in Anatolia e nella facilitazione delle collaborazioni e degli scambi tra culture. Il centro è considerato uno spazio alternativo presente all'interno di un ambiente che è in rapida istituzionalizzazione e commercializzazione come quello dell'arte in Turchia. Depo infatti non è solo un luogo espositivo ma vuole essere uno spazio di

dibattito critico e di scambio culturale, coinvolgendo nei suoi progetti le regioni dei Balcani, del Caucaso e il Medio Oriente.

Le attività che vengono proposte sono varie, si passa dalle esposizioni alle discussioni, dai workshop alle proiezioni di film e sono tutte gratuite poiché si avvale di finanziamenti e di sponsorizzazioni. Ogni anno vengono esposti sei grandi mostre collettive e molte altre personali. In genere si toccano temi socialmente e politicamente impegnati, andando ad affrontare argomenti importanti per la Turchia, quali la relazione tra arte e politica, la trasformazione urbana, i diritti umani e delle minoranze etniche. Le discussioni vogliono stimolare e creare un nuovo rapporto tra persone provenienti da culture e generazioni differenti. Dal 2010 ogni mese viene organizzato un programma di discussione chiamato "Open Table", ideato dall'artista Mürüvvet Türkyılmaz, in cui si prevede il confronto su diversi ambiti tra artisti, critici, curatori e docenti.

Il progetto SaturDox Documentary Screenings presenta esempi di documentari internazionali e i lavori di cineasti locali. Il programma, organizzato in collaborazione con Documentarist, prevede la proiezione di un film ogni due settimane, accompagnato dalla presentazione di accademici che lavorano sul campo trattato dal documentario. SaturDox è stato fondamentale per avvicinare persone estranee al mondo dell'arte contemporanea e per la creazione di uno spazio non accademico in cui poter discutere di temi sociali e politici regionali e nazionali. Il progetto Red Thread invece è un network attivo e una piattaforma per lo scambio di conoscenze e di collaborazioni tra artisti, curatori, sociologi dai Balcani, dal Medio Oriente, dal Caucaso e dal Nord Africa. Si vuole in questo modo diffondere la conoscenza sulle pratiche artistiche impegnate socialmente in un contesto geografico ampio, sfidando la predominanza della storia dell'arte occidentale grazie alle mostre esposte. Attraverso incontri, ricerche, discussioni e un giornale online, Red Thread vuole esplorare gli approcci storici e contemporanei che approfondiscono la relazione tra arte e società¹²⁹.

Nel 2010 è stato inaugurato *Project 0* in collaborazione con Open Arts Foundation, una fondazione bulgara, che prevede la realizzazione di un progetto in uno spazio

¹²⁹ www.depoistanbul.net.

pubblico utilizzando strategie di presentazione e motivazionali, stimolando così l'interesse di varie organizzazioni e delle persone.

“0 is a project idea generated by the space itself, and the people who inhabit it. 0 is an imaginary utopian filter for images, concepts and meanings passing by. 0 aims to re-activate the public imagination about the space by exploring and non-intrusively commenting on urban space, on stereotypes of living, of inhabiting, and whether these make a neighborhood visible or invisible. 0 is a “non-object”, “nonmaterial” filter composed of fragments with no remainder¹³⁰”.

Hayaka Arti è uno spazio espositivo che cerca di creare un dialogo tra arte e persone, attraverso mostre, performance e workshop per i bambini. Lo spazio è nato come studio dell'artista Dilara Akay, che dal 2005 si è impegnata in questa attività coinvolgendo altri 7 creativi. Hayaka Arti è completamente autogestito e non arrivano finanziamenti esterni, infatti si basa sul volontariato, per il personale di servizio, mentre i progetti vengono pagati interamente da Dilara Akay¹³¹. L'artista crede che

“Once the artists' methods or the ideas are directly supported by the ruling powers, they become propaganda for the ruling power. Art and power are two opposite characteristics, thus artists must stay absolutely independent¹³²”.

Hayaka Arti non è una galleria, ma un vero e proprio laboratorio in cui si produce cultura con una particolare attenzione per i residenti. Dal 2010 l'artista Siir Ozbilge organizza workshop per i bambini ogni giovedì pomeriggio. La maggior parte dei partecipanti proviene dal quartiere o dai dintorni e ad ogni incontro prendono parte circa 15 bambini, mentre all'intero progetto aderiscono in 50 all'incirca ogni anno. Spesso vengono invitati artisti da tutto il mondo, che fanno lavorare i ragazzi con i mezzi artistici da loro abitualmente utilizzati per le opere d'arte. I workshop variano a seconda dell'artista, si può praticare la scultura, come la pittura, la fotografia, o l'arte performativa. Inoltre si affrontano temi diversi ad ogni incontro e alla fine di ogni anno vengono esposte in una mostra tutte le opere (figura 4).

¹³⁰ Open Arts Foundation, Project 0, 2010. [Openarts.info/project_0/](http://openarts.info/project_0/).

¹³¹ Informazioni ricavate dall'intervista a Dilara Akay, Istanbul, 21/05/2012.

¹³² Dilara Akay, *Vitrine*, Istanbul, 11/01/2011. 72smalldive.wordpress.com.



Figura 2.4 Lavoro fatto dai bambini che partecipano alle attività di Hayaka Arti, esposto nella mostra di fine anno

Fonte: Archivio privato

Un altro evento che punta al coinvolgimento pratico delle persone è “Occupied Walls” (figura 2.5), che consiste in 4 giornate di apertura dello spazio al pubblico, in cui i muri della galleria, inizialmente bianchi, vengono dipinti da chiunque entri, lasciando così libero sfogo alla creatività di ognuno. In questo modo si instaura un rapporto con l’arte che non punta solo alla conoscenza di nuovi artisti e nuove opere, come può fare una mostra, ma si capovolgono i ruoli, ponendo il fruitore dalla parte della produzione. Così facendo si possono avvicinare turisti, persone che passano incuriosite, ma anche artisti che colgono l’occasione per mettersi in mostra. Nelle giornate di apertura c’è un’interazione tra persone provenienti da luoghi diversi, con cultura ed istruzione molto differenti tra loro e proprio questo scambio reciproco è fonte di ispirazione, ma può anche essere l’inizio di una nuova relazione con l’arte, soprattutto per coloro che non ne erano precedentemente interessati¹³³.

¹³³ Informazioni ricavate dall’intervista a Dilara Akay, Istanbul, 21/05/2012.

www.hayakaarti.com.

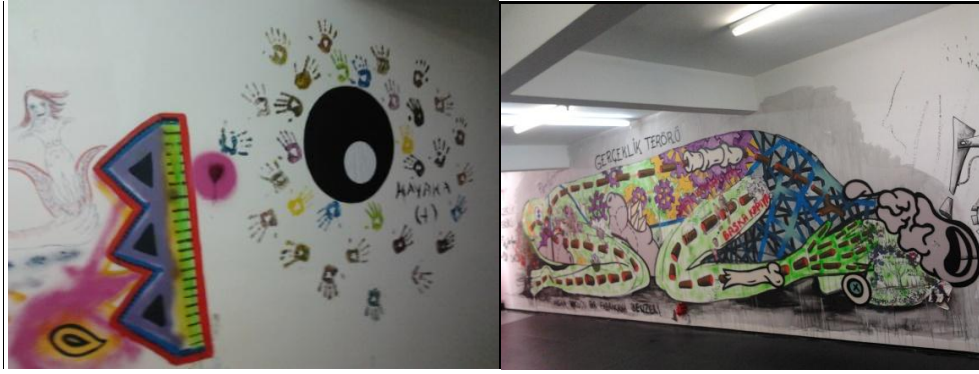


Figura 2.5 Murales dell'evento Occupied Walls a Hayaka Arti

Fonte: archivio privato

Il team di Hayaka Arti crede nella democratizzazione dell'espressione degli individui e vede l'arte come il miglior mezzo per la manifestazione democratica. Ai bambini che vivono in quartieri con problemi sociali ed economici, si vuole far passare il valore della convivenza pacifica e della non aggressione, ecco perché si cerca di coinvolgere artisti che provengono da culture diverse e di farli interagire con i bambini¹³⁴.

Ad aprile di quest'anno è stato inaugurato nel quartiere il Museo dell'innocenza del premio nobel per la letteratura Orhan Pamuk, allestito dallo scrittore in un palazzo del 1897 nel quartiere di Tophane. Il Masumiyet Muzesi ricrea l'atmosfera del romanzo pubblicato nel 2006 ed espone 1100 oggetti descritti nel libro che Pamuk ha cercato per oltre 15 anni, andando nei mercatini e dai rigattieri o facendoli riprodurre appositamente da artigiani locali e allocandoli in 86 vetrine, una per ogni capitolo del romanzo. Il luogo che ospita il museo è stato comprato dallo scrittore quando il quartiere era ancora molto povero e malmesso. L'idea dello spazio espositivo è venuta a Pamuk poco prima dell'acquisto: voleva costruire un museo della vita quotidiana a Istanbul scrivendo contemporaneamente il catalogo, che con le note esplicative sarebbe diventato la storia di un amore¹³⁵. Il museo si propone come un work in progress sulla vita quotidiana ad Istanbul e proporrà in futuro opere di artisti e di altri collezionisti, inoltre è possibile donare vecchie fotografie, oggetti antichi e cimeli che rientrano nel tema. Si crea quindi anche qui una relazione di scambio tra luogo di cultura e

¹³⁴ op.cit. *Vitrine*, 11/01/2011.

¹³⁵ Pamuk O., *Il museo dell'innocenza*, Einaudi, Torino, 2009. <http://www.masumiyetmuzesi.org>.

visitatori, poiché sono i cittadini di Istanbul ad essere il soggetto del romanzo e del relativo museo¹³⁶.

2.3 La rivolta degli abitanti

2.3.1 2010: l'anno di Istanbul Capitale Europea della Cultura

I festival, un tempo organizzati per celebrare l'appartenenza collettiva ad un gruppo sociale, ad un luogo, ad una pratica culturale o ad un evento storico, hanno ora alla base obiettivi diversi quali la crescita economica, il miglioramento dell'immagine o il riconoscimento globale della città che li ospita. Si è passati, quindi, dalla concezione di un'attività locale alla creazione di grandi eventi, che attirano la massa popolare ed hanno un significato internazionale. La politica usa i festival per le proprie ambizioni, mirando ad un miglioramento dell'ambiente urbano, allo stimolo del turismo, all'investimento e alla creazione di impegno civile. In questo modo l'evento viene collegato ad un "marchio" corrispondente ad una versione idealizzata e sterilizzata della città, andando così a privare i partecipanti della conoscenza di realtà sociali e culturali esistenti, poiché viene mostrato un pacchetto subito consumabile, dedicato esclusivamente al turismo culturale¹³⁷.

La Capitale Europea della Cultura si evidenzia come un modo popolare per introdurre la cultura post-industriale e non tradizionale, aiutando le città ad un riposizionamento culturale, sociale ed economico. Come si verifica per Istanbul nel 2010, le idee e gli obiettivi politici vanno ad equilibrare il rapporto tra la parte economica (che attraverso gli incentivi punta alla creazione di lavoro, al turismo e alla rigenerazione urbana) e la parte sociale (che aspira all'*empowerment*¹³⁸ della

¹³⁶ Avrupa, *Il museo dell'innocenza di Orhan Pamuk*, Istanbul, 30/04/2012. <http://istanbulavrupa.wordpress.com/2012/04/30/il-museo-dellinnocenza-di-orhan-pamuk-articolo-completo/>.

¹³⁷ Roche M., *Mega-events and modernity. Olympics & Expos in the growth of global culture*. Routledge, Londra, 2000.

¹³⁸ "L'*empowerment* è un processo dell'azione sociale attraverso il quale le persone, le organizzazioni e le comunità acquisiscono competenza sulle proprie vite, al fine di cambiare il proprio ambiente sociale e politico per migliorare l'equità e la qualità di vita".

Definizione di Wallerstein N., *What is the evidence on effectiveness of empowerment to improve health?*, Copenhagen, WHO Regional Office for Europe, 2006 (Health Evidence Network report; <http://www.euro.who.int/Document/E88086.pdf>, December 2007).

popolazione locale, all'inclusione sociale, e alla promozione dell'accesso all'arte e alla cultura). Il caso di Istanbul 2010 è particolare poiché inizialmente il progetto era caratterizzato da un approccio bottom-up, portato avanti dalle ONG, che per recuperare fondi hanno chiesto l'intervento alle compagnie private, alle fondazioni e alle istituzioni governative. Nel 2006 Istanbul viene scelta dalla Comunità Europea per il suo programma innovativo basato sulle sue radici: il soggetto è "la città dei quattro elementi", ognuno associato ad una stagione e quindi ad un tema conduttore, riportando Istanbul, con questa designazione, all'idea della città cosmopolita in cui le differenze sono una fonte di ricchezza, quindi il messaggio da lasciare dovrebbe essere stato legato alla tolleranza e all'armonia.

L'organizzazione composta, però, ha fatto emergere idee diverse sulla tipologia di obiettivi da raggiungere, infatti il programma dell'evento è stato modificato subito dopo l'accettazione della domanda, a causa di problemi interni tra i ministeriali più conservatori e gli innovatori. Vengono posti, quindi, in primo piano i traguardi economici e politici rispetto a quelli sociali e culturali riducendo il potenziale del programma di empowerment della comunità e di stimolo della diversità urbana.

Dal 2006 la città ha subito grandi trasformazioni per prepararsi all'anno dedicato alla cultura, in cui sono stati ospitati

“Più di 9500 eventi in 14 settori, 1584 concerti, 1189 conferenze e seminari, 1130 spettacoli e performances, 760 mostre, 727 workshops, 595 incontri di formazione, 588 progetti culturali dall'impatto duraturo, 523 proiezioni di film e documentari, 318 pubblicazioni (libri, riviste, cataloghi), 250 interventi di restauro e conservazione avviati, 183 manifestazioni promozionali in 32 paesi, 52 festival, 35 competizioni¹³⁹”.

La capitale della cultura ha attirato circa 7 milioni e mezzo di visitatori durante l'anno, anche se si prevedeva di raggiungere i 10 milioni, è stato sicuramente un buon risultato, pensando che la partecipazione del pubblico agli eventi ha rispettato o a volte anche superato le aspettative.

Per il 2010 Istanbul ha subito una rigenerazione e una trasformazione urbana in cui gli investimenti sono stati indirizzati alla creazione di quartieri più attrattivi, generando così una città divenuta popolare sia per gli intellettuali che per i turisti.

¹³⁹ *Avrupa, Istanbul 2010, Istanbul, 04/05/2011.*
<http://istanbulavrupa.wordpress.com/2011/05/04/istanbul-2010/>.

Attraverso la progettazione di strutture socio-culturali destinate ad eventi, festival e mostre d'arte, si dà la possibilità ai cittadini di conoscere nuove forme di intrattenimento e di svago, a cui segue una crescita della sicurezza nella città. Allo stesso tempo, si nota come il suolo pubblico venga privatizzato per la creazione di opere urbane, andando a trasformare la città in un luogo poco vivibile, per la mancanza di spazio comune e quindi di appartenenza al posto. Il progetto iniziale prevedeva, al contrario, non solo la ristrutturazione e il recupero di siti storici, ma si voleva anche

“turn them into instruments for understanding the past, shedding light on the modern day and developing them as learning tools for urban education¹⁴⁰”.

Si prevede inoltre che

“the physical transformation and the parallel mental reinvigoration will ensure that here, in this European Capital of Culture, new goals and perspectives for the knowledge, security and peace that are needed to underpin globalization will arise, on scientific and intellectual foundations¹⁴¹”.

Con Istanbul 2010 si è voluto dare prova di un'integrazione e di un avvicinamento all'Europa, con i suoi pro e contro, poiché a volte si ha l'impressione che le tradizioni siano state messe da parte o, al contrario, troppo esaltate.

“ECOC 2010 is a major culture and arts activity to introduce European culture to Istanbul and Istanbul to European culture, and try to indicate the common roots of the city's culture and Europe. We want to use this event as a big PR instrument, a communications project not only for the people of Istanbul, but also for the European people. We should show them that Turkey is not too far away from, or maybe already part of them¹⁴²”.

Un aspetto importante, dell'evento è stata la cooperazione tra ONG con il settore pubblico e quello privato, anche se non è andato completamente a buon fine il progetto iniziale, è stato sicuramente un buon passo per avviare un nuovo modo di pensare. Prima del 2010 la mancanza di fiducia reciproca caratterizzava il rapporto tra organizzazioni, invece ora si cerca la collaborazione per creare

¹⁴⁰ Istanbul ECoC 2010 Bidding Document, in Pekelsma S.A., *European Capital of Culture - Community or Commercially based? The case of Istanbul 2010*, European Urban Knowledge Network, The Hague, p.9, Madrid, 2009. http://www.cityfutures2009.com/PDF/38_Pekelsma_Simone.pdf

¹⁴¹ Ibidem, p.10.

¹⁴² Discorso di Nuri Çolakoğlu, ex presidente del Consiglio di Coordinamento di Istanbul 2010, in Pekelma A.S., *European Capital of Culture –Community or Commercially based? The case of Istanbul 2010*, European Urban Knowledge Network, The Hague, p.7, Madrid, 2009.

progetti in comune (come è stato esposto precedentemente riguardo a Tophane ArtWalk)¹⁴³.

“The city already possesses a wide range of cultural and arts activities, but it is believed that because of a lack of trust among NGOs/civil society, the local/central government and cultural investors/operators, this offer cannot be further developed. In Istanbul there is no real tradition of working together on a project. Some even go as far as saying that there is a lack of communication and a sense of jealousy among cultural producers¹⁴⁴”.

Con il programma si è voluto cercare un coinvolgimento della popolazione locale: attraverso progetti che si basano sul lavoro volontario, si è offerta la possibilità ai giovani, che sono un target importante e consistente nella città, di partecipare alle attività culturali, promuovendo così la conoscenza della città.

“Istanbul 2010 should help millions of people living away from the centre, particularly the sixty percent of its residents who were not born in the city, to feel more integrated. Getting the community involved is a main priority. We want to take ECoC to the periphery, to underprivileged areas. We may be involving schools. It could help the democratisation of the city: intercultural dialogue through the arts¹⁴⁵”.

La proposta di Istanbul 2010 è però caratterizzata da una visione della diversità monodimensionale, che non rispecchia Istanbul e la sua multiculturalità. Si evita di toccare, in questo modo, il grande problema della popolazione Curda e degli Armeni con cui i Turchi sono in guerra da moltissimo tempo. Il tema è diventato un vero e proprio tabù con il governo attuale, infatti, anche per Istanbul 2010 si crea un'immagine della città che è in linea con l'ideologia politica. Per organizzare il ricco programma, che mira allo stimolo del turismo, sono stati usati 270 milioni di euro, buona parte dei quali (circa il 70% nel 2009, circa il 60% nel 2010) sono stati investiti in restauri e in conservazioni di edifici storici, moschee, luoghi di culto e musei. Questo fatto ha scatenato alcuni dibattiti poiché la scelta è

¹⁴³ Dall'intervista con Bengi Başaran, P.R. di Alan Gallery è emerso il problema della gelosia tra galleristi. Secondo.. negli anni '80 o '90 esistevano poco gallerie, pochi artisti e molte istituzioni d'arte quindi la rivalità era molta. Negli ultimi anni il mercato è emerso, la maggior parte dei galleristi è giovane e si ricerca la collaborazione. 20/06/2012, Istanbul.

¹⁴⁴ Parte di un'intervista ad un artista, Bijloos E., Halfbakken en heetgebakerd: hedendaagse kunst in Istanbul, in *Roest*, Nr. 39, 2009, pp. 32-35.

¹⁴⁵ Pope N., İstanbul 2010: Creating a new urban environment through arts and culture, *Today's Zaman*, 08/03/2007. http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=D9A6186CF64E286A8A4286E5912BAC30?load=detay&link=104754&newsId=

stata orientata al passato, dando meno spazio alla creatività e all'innovazione¹⁴⁶. Infatti in Turchia si è sempre concepito il Patrimonio culturale come un mezzo per promuovere l'ideologia nazionalista e modernista, per questo le ONG propongono un nuovo modo di pensare al Patrimonio, basandosi sull'idea delle diversità e delle differenze, considerando che la convivenza pacifica tra più culture è la caratteristica della città fin dall'epoca ottomana. Questo spirito fraterno, che si voleva trasmettere con il primo progetto per il 2010, è stato contraddetto dopo un fatto accaduto proprio nell'anno dedicato alla cultura.

2.3.2 L'attacco alle gallerie d'arte

La sera del 21 settembre 2010 le gallerie (Galeri Non, Outlet Gallery, Elipsis Gallery e Pi Artworks) che risiedono nella zona di Tophane, hanno organizzato le inaugurazioni congiunte delle nuove esposizioni, per aprire la stagione autunnale. Outlet espone (dal 21/09/2010 al 30/10/2010) Jakup Ferri "*Cekirdek instead of Leblebi*" che presenta video, disegni e mosaici di carta¹⁴⁷. Elipsis apre (dal 21/09/2010 al 17/11/2010) con il fotografo Michel Comte e il suo lavoro "*Woman-Obsession*"¹⁴⁸, mentre nelle gallerie 1 e 2 di Pi Artworks si vede (dal 21/09/2010 al 30/10/2010) "*Suspended*" e "*Tebdilibeden*", due personali dello scultore Mehmet Ali Uysal, che presenta le sue cornici dorate trasfigurate e opere che hanno come

¹⁴⁶ Op.cit. Avrupa, 4 maggio 2011,

¹⁴⁷ Jakup Ferri è nato nel 1981 a Pristina, in Kosovo e ora vive ad Amsterdam. Usa sé stesso come soggetto dei suoi lavori che sono video amatoriali o disegni infantili, nei quali parla del mondo dell'arte in cui i creativi cercano di posizionarsi, ma anche del problema dell'identità culturale e della storia tormentata dei Balcani attraverso un linguaggio apparentemente semplice, poiché legato ai suoi ricordi infantili, ma cinico.

Hürriyet Daily News, Outlet hosts Kosovar artist's first solo show in Istanbul, Istanbul, 10/11/2010. www.hurriyetdailynews.com.

Jakupferri.blogspot.com.

¹⁴⁸ Michel Comte è nato nel 1954 a Zurigo ed è uno dei fotografi più acclamati del momento. Ha lavorato per riviste come *Vogue* e *Vanity Fair* e per le campagne pubblicitarie di Armani, Nike, Dolce & Gabbana ecc..L'artista si è cimentato in varie tematiche, dal paesaggio, alla moda, alle foto dei divi, alle campagne per i diritti umani e i reportage fotografici. Il tema da lui più trattato è la donna, rappresentandola sempre con spontaneità e caratterizzandole per la loro unicità senza mai farla divenire un oggetto.

www.michelcomte.org.

www.nikonschool.it/sguardi/64/comte.php.

soggetto la relazione tra l'architettura e il corpo umano¹⁴⁹. Galeri Non allestisce (dal 21/09/2010 al 13/11/2010) l'esposizione di Extrastuggle, la prima dopo la 10^a Biennale Internazionale di Istanbul, che rappresenta varie questioni turche come l'immagine di Atatürk, il potere militare, l'identità musulmana e le varie figure politiche¹⁵⁰.

In questa occasione di festa generale, (alle inaugurazioni viene spesso servito vino e fingerfood) è seguito un evento molto spiacevole: una quarantina di persone del luogo si sono dirette in gruppo contro i fruitori con manganelli e altre armi. Vengono distrutti i vetri di alcune gallerie e rimangono feriti cinque visitatori che hanno presentato lesioni da spray al peperoncino, da bottiglie rotte o da calci e pugni. Sulla dinamica dei fatti esistono due versioni, la prima raccontata da chi ha assistito all'evento come visitatore, l'altra spiegata dai residenti locali.

Le persone presenti alla Pi Art Gallery hanno visto apparire due uomini davanti alla porta, prima che questi si spostassero verso Galeri Non. Poi una folla armata arriva dalla parte bassa della via gridando "non vi vogliamo qui!", i presenti cercano di scappare rifugiandosi nelle gallerie o nei negozi che trovano sulla via. I mercanti però, vedendoli entrare, li spingono fuori lasciandoli in mezzo alla massa¹⁵¹. Nazim Hikmet Richard Dikbas, un artista che ha esposto nella zona, viene colpito alla testa con un palo di metallo e del gas gli viene spruzzato in viso. Il suo traduttore ufficiale per la Biennale di Istanbul ricorda di aver visto un altro uomo disteso a terra mentre veniva aggredito. Due poliziotti stavano davanti alla Galeri Non ma questi rispondono

"You can call 155 yourself if you like¹⁵²".

¹⁴⁹ Mehmet Ali Uysal è nato nel 1976 a Mersin. In "Tebdilibeden" l'artista mette in relazione le forme architettoniche con le parti del corpo, andando a paragonare il muro alla pelle umana. In "Suspended" le tele, (che rappresentano l'arte), sono all'interno di cornici dorate, (che rappresentano il capitale) quindi è una critica questa al mondo dell'arte, fin troppo condizionato dall'economia globale.

¹⁵⁰ Memet Erdner è l'artista che ha dato vita nel 1997 al progetto Extrastuggle con il quale ci si propone di dare voce a tutti i popoli oppressi mostrando un elemento che li caratterizzi, senza prendere una posizione politica. Vengono toccati quindi vari temi sociali che riguardano la Turchia, dalla impossibilità per le ragazze di entrare nelle università con il velo, alla questione Curda e Armena.

www.extramucadele.com

¹⁵¹ Informazioni derivanti dall'intervista a Francesco Albano, un'artista italiano che vive ad Istanbul, presente quel giorno. Istanbul, 15/06/2012.

¹⁵² Williams S., *Postcard from Istanbul*, 1/10/2010. <http://blog.frieze.com/postcard-from-istanbul/>.

La polizia chiamata dai galleristi arriva in ritardo e non interviene, passa con l'auto ma non blocca lo scontro, che stava ormai scemando. Una persona viene arrestata mentre altre sei vengono portate in questura il giorno seguente e rilasciate dopo poco per mancanza di prove.

Secondo i residenti locali l'incidente inizia con uno scontro verbale tra i visitatori che fumavano e bevevano per strada e le persone del luogo, poiché una donna che indossava lo chador (il velo) viene insultata. Lo scontro verbale finisce in una lotta armata, infatti poco dopo sono arrivate in gruppo una quarantina di persone che aggrediscono i fruitori. Quindi in questa versione si racconta un fatto casuale e non organizzato.

La stampa ha dato molta importanza al caso e si sono trovati vari motivi che potrebbero avere spinto i residenti verso lo scontro. Devono, quindi, essere tutti considerati per cercare di dare una spiegazione all'evento. Inizialmente si è pensato ad una sorta di intimidazione rivolta ai nuovi locali della zona poiché la folla davanti alle gallerie intralcia il traffico e occupa il marciapiede (figura 4)¹⁵³. Altro fattore di disturbo è il fatto che i fruitori bevono alcol durante le inaugurazioni; le persone del luogo non lo accettano perché musulmane e conservative. Si è parlato anche di opere d'arte provocatorie, infatti Galeri NON ospita Extrastruggle, che rappresenta varie fasi di una partita a scacchi, in cui le pedine sono dei politici, tra questi c'è un angelo caduto con le sembianze di Kemal Ataturk (figura 5), il fondatore della Repubblica turca¹⁵⁴. Le persone possono essersi offese poiché si è affrontato un tema caro alla loro cultura.

“The project works on imaginary demands from imaginary customers. Just like a graphic designer designing a logo for a client, Extrastruggle designs logos for all communities under social pressure¹⁵⁵”.

In Turchia sono molte le comunità che stanno convivendo:

¹⁵³ Demir D., *Attack on Tophane Art Galleries*, da Art Asia Pacific, New York, 6/10/2010, <http://qamaraobscura.blogspot.it/2010/10/attacks-on-tophane-art-galleries-in.html>.

¹⁵⁴ Spiegazione dell'opera nel sito di Extrastruggle: *This is what Sheikh Bedrettin says: "The truth cannot be revealed to the public. If it is revealed, they either lose their way, or accuse the one who reveals the truth to them. The TRUTH and the PUBLIC must be overseen separately and then adjusted to each other. But perhaps it is best to adjust the public to the truth."*

www.extramucadele.com

¹⁵⁵ Utkan H., *Turkey's Artists Healing Extra-struggle*, 26/08/2011., <http://mashallahnews.com/?p=1684>.

www.extramucadele.com.

“The veiled girl who’s not allowed into university, the man frowned upon for speaking Kurdish in public, the Islamist who oppose Europeanization, the army disturbed by Islamist anti-revolutionary desires, leftist intellectuals. These are all imaginary Extrastruggle clients¹⁵⁶”.



Figura 2.6 Persone davanti alla Galeri Non il giorno dell’inaugurazione

Fonte: qamaraobscura.blogspot.it, foto di Berkut Ay Gunel



Figura 2.7 “Angel Ataturk or if Rodin was Kemalist”, 2010, vernice per auto e poliestere, 45x95x95cm

Fonte: Williams S., Postcard from Istanbul, 1/10/2010. <http://blog.frieze.com/postcard-from-istanbul/>

Un altro evento legato alla deplorazione dell’arte promossa nel quartiere si è verificato a febbraio dello stesso anno. Lo spettacolo di Özen “Yula, Yala ama

¹⁵⁶ Ibidem.

Yutma” (Lecca ma non deglutire) era in programma per febbraio 2010 al Kumbaracı50, uno spazio dedicato alle performance a Tophane. La storia racconta di una donna che dopo la morte diventa un angelo e ritorna sulla terra nelle sembianze di una porno star. Attraverso questo pezzo teatrale, il regista vuole toccare i temi dei diritti umani e delle donne, come anche delle disparità economiche che si verificano in Turchia e nel mondo. Il giornale islamico *Vakit* ha però mostrato disapprovazione e ha suscitato minacce da parte dei residenti contro lo show facendo così cancellare lo spettacolo¹⁵⁷.

Alla base dell’atto avvenuto nel 2010 devono però esserci più ragioni, poiché è stato chiaramente pianificato e molto violento. La stessa comunità Armena del quartiere si dichiara estranea all’evento, affermando che la rivolta è stata organizzata da un gruppo in internet e che tutto è iniziato in località specifiche del quartiere. Le gallerie rispondono all’atto con un comunicato stampa:

“We have always had a strong bond of communication with all our neighbors, with children, parents, and other commercial enterprises in the neighborhood, and carried out community projects. We believe we are a part of the cultural and social scene in Tophane. These organized attacks cannot be attributed to the Tophane community. These assailants constitute a serious threat to the security of our neighborhood. This organized attack in the center of Istanbul, a cultural capital, is in no manner acceptable. This attack spells a clear and genuine warning to all art institutions. A serious investigation into the organizers and perpetrators of this attack is necessary for the safety of our neighborhood and city¹⁵⁸”.

La sinistra politica vede nell’incidente una risposta al capitalismo della gentrification, si pensa quindi ad un reazione rivoluzionaria e necessaria per opporsi al fenomeno di trasformazione urbanistica del quartiere, in cui le classi alte e le gallerie d’arte hanno avuto un ruolo fondamentale, favorendo l’aumento dei prezzi degli affitti, il dislocamento dei locali e creando problemi di convivenza con i nuovi arrivati¹⁵⁹.

Altri intellettuali di sinistra laici affermano che le persone conservative di Tophane non hanno gusto per l’arte né tolleranza per il multiculturalismo e per i

¹⁵⁷ Karaka B., *When Duty calls...:Questions of Sensitivity and Responsibility in Light of the Tophane Event*, *Red Thread Journal*, Issue 3 2011. <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=49>.

¹⁵⁸ Weekly staff, *Mob Attacks Tophane Galleries in Istanbul*, *The Armenian Weekly*, 22/09/2012. <http://www.armenianweekly.com/2010/09/22/mob-attacks-toplane-art-galleries-in-istanbul/>.

¹⁵⁹ Ahiska M., *Monsters that Remember: Tracing the Story of the Workers’ Monument in Tophane, Istanbul*, *Redthread* issue 3, 2011, <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=64>. Riferimento a Ferhat Kentel in www.marksist.org, 6/10/2010.

moderni stili di vita. Quindi l'aggressione viene vista come un attacco anti-intellettuale, contro l'arte e la cultura. Il novellista Ahmet Umit in un'intervista ha parlato dell'evento come un "attacco dei barbari" poiché va contro lo spirito di Istanbul e contro la modernizzazione¹⁶⁰.

Gli intellettuali islamici e conservatori pensano ad una reazione di natura morale e religiosa perché i fruitori bevono e si divertono lungo la strada mentre le ragazze portano le minigonne, andando contro la religione e la morale dei residenti. Il nuovo stile di vita importato nel quartiere si oppone alla vita familiare che Tophane ha sempre sostenuto¹⁶¹.

"Change always hurts. But let this be known, nobody can force their Anatolian lifestyle [upon others] in Istanbul, but nobody has the right to turn a blind eye to the [traditions] of the people here, either¹⁶²".

Gli scontri tra nuovi e vecchi residenti avvengono con più frequenza nel momento in cui le persone sentono di non avere potere decisionale nelle scelte politiche che riguardano l'urbanistica, quindi insorgere violentemente diventa il solo modo per poter esprimere il proprio parere¹⁶³.

"Lack of representation will result in further marginalization of the urban poor and perhaps the emergence of a new type of poverty, in which the poor have no hope whatsoever for upward mobility and are in a state of permanent destitution¹⁶⁴".

Uno dei punti cruciali del problema sono le politiche abitative della Municipalità Metropolitana di Istanbul, che sono state istituite dopo giugno 2005, quando il parlamento permette ai comuni di ampliare il loro programma di sviluppo. Così negli ultimi anni il governo ha iniziato a vedere la popolazione urbana povera, residente in edifici malmessi, come superflua.

"This is perhaps one of the fundamental shifts over the last decade. While informal and unplanned settlements by the rich are being tolerated, the poor are no longer being allowed to build their own homes wherever they can¹⁶⁵".

¹⁶⁰ Ibidem, riferimento a Hurriyet Daily News, 9/10/2010.

¹⁶¹ Ibidem, riferimento a Tophane de' Mahaneyeye Baski, Yeni Safak, 25 sett 2010.

¹⁶² Discorso del Ministro della Cultura e del Turismo, Ertuğrul Günay, dopo l'attacco alle gallerie di Tophane. In Ozgur O., *Gentrification posited as motive for attack on Tophane art galleries*, Hurriyet Daily News, Istanbul, 23/09/20210.

¹⁶³ Op.cit., Gallo L., 01/10/2010.

¹⁶⁴ Parte dell'intervista a Karaman O., in Ibidem.

La comunità di Tophane è stata sconvolta nella sua quotidianità a causa del flusso turistico delle gallerie, dei bar e dei ristoranti che servono alcol. Mentre Istanbul, Capitale della Cultura 2010, valorizza la sua arte con l'apertura di nuove gallerie d'arte, con l'arrivo di nuovi artisti e con la nascita di nuovi movimenti artistici, l'attacco a Tophane ci mostra una tendenza opposta, che va contro l'arte. La "vecchia" società di Tophane si sente espropriata del proprio quartiere, si sentono le diversità economiche ed etniche tra le due popolazioni, infatti i locali vedono l'arte come un capriccio della società intellettuale, non come un bisogno.

Tophane è un quartiere antico e multietnico ma i galleristi hanno portato un altro tipo di cultura nell'area, in questo modo il tessuto culturale è stato completamente modificato.

"Starting from Çukurcuma district, including Tophane, there is a really fast transformation process in this area and struggle, or at least some discussions, are inevitable. Tophane has witnessed really deep immigration. There are many people living there from the East part of Turkey such as Siirt, Mardin, Bitlis and so on. Those people are conservative people, their way of seeing culture is different, their male-dominant lives are different So when there is a change there, even if it is about land or property they feel awkward and they do not want it. There are ungated communities in Tophane, trying to live together. It is normal that struggles are experienced during urban transformation processes¹⁶⁶".

Ciò che preoccupa maggiormente, al di là del fatto accaduto, è che dopo l'incidente non sono stati mai fatti incontri tra gallerie e residenti per parlare dei problemi esistenti nel quartiere. I galleristi pensano che le persone del luogo non siano interessate all'arte e che questo sia un ostacolo per il dialogo e la convivenza. Essi si ritrovano periodicamente per l'ideazione di nuovi progetti e per discutere su come viene recepita la loro presenza nell'area. A volte si organizzano incontri anche con la polizia, in particolar modo subito dopo l'evento del 2010, ma non c'è mai stato un confronto diretto con le persone del luogo.

"We don't organize event for local people but they sometimes come and visit the exhibition. (...) People of this area are not interesting in art. They don't like loud music and parties (riferendosi alle inaugurazioni)¹⁶⁷".

¹⁶⁵ Parte dell'intervista a Karaman O., in *Ibidem*.

¹⁶⁶ Parte dell'intervista a Karaman O., in Hatice U., *Urban transformation and "finished" city*, *Hurriyet Daily News*, 11/10/2010.

¹⁶⁷ Informazioni ricavate dall'intervista a Gülşah Altinkaya, Art Management, BA Assistant to Director di Daire Sanat, Istanbul, 12/06/2012.

Si ha quindi l'impressione che per ora tutto sia calmo ma che ci potrebbero ancora essere manifestazioni di questo genere poiché non sono mai stati risolti i problemi alla radice dell'accaduto. La distanza tra gallerie e persone locali è molto visibile anche girando a piedi il quartiere: i signori seduti fuori a bere il the e le strade malmesse contrastano con gli ambienti chic e con le persone che frequentano le gallerie, non solo per l'appartenenza a classi sociali diverse ma anche per la diversità di cultura che viene espressa. Sarebbe interessante riuscire a trovare il modo per far convivere pacificamente e lavorare assieme queste due espressioni culturali attraverso il mezzo artistico. Si affronterà questo discorso nel prossimo capitolo andando ad analizzare forme di cultura partecipativa e di crowdsourcing¹⁶⁸.

¹⁶⁸ Considerazioni derivanti dalle interviste svolte sul campo.

Capitolo 3

Riflessioni sul caso

3.1 La partecipazione come chiave

3.1.1 Riqualificazione urbana e città creativa

Evans e Shaw definiscono la riqualificazione urbana come la

“trasformazione di un luogo (residenziale, industriale o spazio aperto) che mostra sintomi di declino ambientale (fisico), sociale e/o economico o, meglio, come l’infusione di nuova vitalità a comunità, industrie e luoghi in declino portando miglioramenti sostenibili e a lungo termine alla qualità della vita locale in termini economici, sociali e ambientali¹⁶⁹”.

La riqualificazione di natura artistica e culturale viene vista dalla politica urbana come una «medicina» che porta alla democratizzazione della cultura e che rafforza il senso comunitario, migliorando la qualità della vita.

“Le politiche di trasformazione urbana dovrebbero essere incentrate sull’arte e la cultura come motore per un cambiamento individuale e sociale che probabilmente favorirà effetti emozionali quali l’impegno e l’arricchimento sociale con un impatto sul benessere soggettivo¹⁷⁰”.

Gli effetti positivi di questo uso della cultura non sono sempre riscontrabili nelle aree soggette alla riqualificazione culturale. L’arte decontestualizzata è privata da ogni suo significato, per questo è necessario considerare la comunità e l’area in cui si opera, adottando così una prospettiva sull’arte che sia radicata socialmente¹⁷¹.

¹⁶⁹ Evans P. & Shaw G., *The contribution of culture to regeneration in the UK: a review of evidence*, A report to the Department for Culture Media and Sport, London Metropolitan University, p.4, gennaio 2004. http://culturability.fondazioneunipolis.org/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/1270289569thecontributionofculturetooukregeneration.pdf

¹⁷⁰ Grossi E. & Sacco P., *Cultura e benessere soggettivo individuale: un ruolo centrale*, <http://www.geragogia.net/editoriali/cultura-benessere.html>

¹⁷¹ Bailey C., Miles S. & Stark P., *Culture-led Urban Regeneration and the revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England*, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, n.1, 2004.

Nel capitolo 2 si è introdotto al ruolo che la cultura ha assunto facendosi responsabile dei grandi cambiamenti nella città, si possono individuare due modi in cui essa viene utilizzata a questo scopo. Il primo, quello più usato per la rivitalizzazione urbana, vede l'organizzazione di grandi eventi culturali quali festival, mostre e fiere a cui corrisponde spesso la pianificazione di nuove strutture come musei, spazi pubblici e centri culturali. In questo modo si creano nuovi posti di lavoro e si aumenta il turismo culturale nella città. Nel secondo caso la cultura viene intesa come un elemento radicato socialmente, che entra a far parte delle tradizioni del luogo e della società che lo abita, attraverso interventi artistici e culturali a livello locale, che hanno come obiettivo la socialità. Si viene quindi a creare un senso di identità formulando nuovi elementi distintivi che caratterizzano la comunità e il progetto¹⁷². Nella ricerca per il Ministero della Cultura dei Media e dello Sport inglese sul contributo della cultura ai processi di rigenerazione urbana Evans e Shaw individuano tre modelli:

- Cultural led-regeneration, interventi in cui la cultura è vista sotto il profilo pubblico, come il catalizzatore e il motore della riqualificazione, attraverso l'organizzazione di attività culturali per recuperare l'uso degli spazi pubblici dimenticati (con festival ed eventi vari), la costruzione di edifici adibiti all'esposizione d'arte o a centri culturali e progetti di design:
- Cultural regeneration, le attività culturali sono contestualizzate e integrate con le altre attività di recupero ambientale, sociale ed economico;
- Culture and regeneration, la cultura è disgiunta dagli interventi urbanistici, spesso sono piccoli interventi di public art nei parchi, oppure graffiti sui muri del quartiere, una nuova interpretazione della storia dell'area in un museo. In questo caso l'arte viene ad essere solo la parte finale del processo ma può comunque essere d'impatto per la riqualificazione¹⁷³.

¹⁷² Moulaert F., Nussbaumer J. & Demuyneck H. (2004), Urban renaissance: from physical beautification to social empowerment, Lessons from Bruges – Capital of Culture Europe 2002, *City*, Vol. 8, n.2, 2004.

¹⁷³ Op. cit. Evans P. & Shaw G., 2004.

La realizzazione di nuovi luoghi e strutture in cui ospitare l'arte è frequentemente stata vista come l'unico mezzo con cui si possa offrire cultura, senza rendersi conto che spesso questi centri sono decontestualizzati e non vengono vissuti. Si attraggono, infatti, solamente i turisti e gli appassionati d'arte mentre vengono allontanate le persone locali, poiché si trascura il lato sociale e relazionale che aspira alla creazione di un senso d'appartenenza¹⁷⁴. Anche l'iniziativa della Città Europea della Cultura può essere vista in quest'ottica, infatti serve come fonte di attrazione per i turisti, i media e i visitatori esterni ma non è un mezzo per promuovere e rappresentare la comunità locale¹⁷⁵.

Nel primo capitolo si è accennato agli studi di Florida¹⁷⁶ riguardo alle "città creative", in cui ha valutato la relazione tra performance economiche ed infrastrutture culturali esistenti, lo sviluppo di nuove tecnologie, il talento, la diffusione dello stile bohemien e la tolleranza della cultura locale nei confronti della diversità di comportamento o sessuali. Florida ha però analizzato questo rapporto dal punto di vista della knowledge economy mentre Malanga¹⁷⁷ studia le stesse città di Florida dal punto di vista economico tradizionale, cioè guardando alla crescita occupazionale, alla capacità di far nascere nuove imprese e alla crescita media annua delle imprese. Si è riscontrato che queste città, annunciate da Florida come l'esempio da seguire, perdono costantemente persone locali andando ad attrarre nuovi residenti esterni. Se la cultura viene vista come una soluzione alternativa allo sviluppo economico, è anche vero che per attrarre la classe "creativa" la città deve offrire servizi, costruire un clima culturale e proporre nuove attività per il tempo libero¹⁷⁸. In questo modo però, si rischia di allontanare

¹⁷⁴ Sacco P.L., & Tavano Blessi G., Distretti culturali evoluti e valorizzazione del territorio, *Global and Local Economic Review*, Vol. 8, 2005.

¹⁷⁵ García B., Urban regeneration, arts programming and major events, Glasgow 1990, Sydney 2000, Barcelona 2004, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, n.1, 2007.

¹⁷⁶ Florida R., *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York, 2002.

¹⁷⁷ Malanga S., The Curse of Creative Class, *City Journal*, Winter 2004, MALANGA S., "The Curse of Creative Class", *City Journal*, winter 2004, http://www.city-journal.org/html/14_1_the_curse.html.

¹⁷⁸ Il concetto di "creatività" di Florida è abbastanza discutibile, poiché generale ed ideologico. La popolazione in effetti non è solo composta da "creativi", ma anche da persone comuni che, in questo modo, subiscono la gentrification. L'applicazione della tesi di Florida si rivela inoltre una totale omogeneizzazione delle città.

Goldoni D., *Cultural responsibility* in AA VV, Il patrimonio culturale intangibile nelle sue diverse dimensioni, Milano, Dott. A. Giuffrè Editore, vol. 1, pp. 319-336, 2012.

gli artisti e i residenti a causa dell'aumento dei prezzi degli affitti e quindi con la gentrification. Infatti ciò che propone Florida è una città che si dimostri viva ad ogni ora del giorno e della notte, poiché in questo modo si stimola la socialità dei giovani, si promuovono nuovi stili di vita e si aumentano i servizi. Si è però riscontrato che non sono le piccole attività locali a trarre il beneficio dal prolungamento di orari, ma solamente le grandi catene, che portano ad un'omogeneizzazione delle città facendo perdere al luogo i fattori di unicità e quelli distintivi. Si rivela perciò necessario saper creare le condizioni che permettano alle piccole e medie imprese locali di mantenere la loro permanenza collaborando per uno spazio che diventi ricco di personalità.

Si parla anche molto di distretti culturali¹⁷⁹ nei centri urbani, sono aree che fondano la loro attrattività sulla cultura, che proviene da uno scambio di idee tra attività, attori e settori. Questi distretti vengono creati attraverso scelte politiche ed iniziative private¹⁸⁰. Santagata, quando parla di distretti culturali, afferma l'importanza del capitale culturale del luogo, quindi della cultura locale, delle tradizioni e del capitale sociale indentificandole come le risorse che sono alla base dello sviluppo distrettuale¹⁸¹. Il valore aggiunto del prodotto viene conferito dalla continua ricerca di sviluppo e di miglioramento, facendo circolare le idee, offrendo più qualità e innovando, tutto ciò considerando il luogo in cui si opera, poiché

“Il processo di crescita è sempre più legato alla simbiosi con il luogo¹⁸²”.

“Regeneration is not simply about bricks and mortar. It's about the physical, social and economic well being of an area; it's about the quality of life in our neighbourhoods. In relation to the physical, this is as much about the quality of public realm as it is about the buildings themselves¹⁸³.”

Goldoni D., Introduzione a R. Shusterman, R. Dreon. D. Goldoni, *Stili di vita*, Mimesis, Milano 2012.

¹⁷⁹ Per una letteratura sui distretti culturali:

Czarniawska B. & Panozzo F., “Trends and Fashions in Management Studies”, *International Studies of Management & Organization*, vol 38, pp. 3-12.

Calcagno M., “Trend emergenti nelle produzioni culturali: una prospettiva europea”, in L. Zagato L-, Vecco M. (a cura di), *Le culture dell'Europa, l'Europa della cultura*, FrancoAngeli, Milano, pp. 92-108, 2011.

¹⁸⁰ Sacco P.L. & Ferilli G., *Il distretto culturale evoluto nell'economia postindustriale*, Dipartimento delle arti e del disegno industriale, IUAV, Venezia, luglio 2006.

¹⁸¹ Santagata W., *Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth*, Dipartimento di Economia S. Cognetti de Martiis, International Center of Research on Economics of Culture, Istitution and Creativity, EBLA, 2012.

¹⁸² Op.cit. Sacco P.L. & Ferilli G., 2006.

All'interno della ricerca sulle "città creative" e sulla riqualificazione urbana con basi culturali c'è un caso interessante che coinvolge alcune città del nord ovest europeo inserite nel progetto CURE (Creative Urban Renewal in Europe). La "creative" economy utilizza modelli che connettono le discipline economiche, culturali e tecnologiche incentrandosi sulla predominanza dei servizi e dei contenuti "creativi"¹⁸⁴. La classe "creativa", attratta dagli ambienti diversificati e tolleranti delle città, è stata vista come il sinonimo dello spirito bohemien borghese che ha delle ripercussioni nella produzione e nel consumo cittadino¹⁸⁵. In realtà l'economia "creativa" può creare profitto e coinvolgere persone di qualsiasi rango sociale e livello di educazione, poiché non vuole essere elitaria, ma offrire una possibilità di emergere ad ognuno, sfruttando il talento e la creatività personali. In questo modo cerca di coinvolgere anche i gruppi sociali marginali che generalmente non partecipano al progresso economico della città e del paese¹⁸⁶. CURE si propone di rinnovare le aree sottosviluppate creando i presupposti per innescare lo sviluppo di un'economia "creativa" all'interno delle aree degradate attraverso il coinvolgimento di imprenditori culturali e "creativi". Ci si concentra quindi su quattro dimensioni che vengono poi valutate attraverso gli indicatori del modello CZI (Creative Zone Indicator):

- Learning Lab, l'ambiente che viene a crearsi deve stimolare gli imprenditori nel continuare ad espandere le proprie capacità rimanendo innovativi e "creativi". Per questo non è possibile essere da soli e chiusi in una campana di vetro ma è necessario lo scambio di opinioni attraverso la formazione di network che sollecitano l'interazione e la condivisione di suggerimenti e nuove idee che possono fare anche nascere progetti comuni;
- Cultural Value Chain, si rafforza il rapporto con i fornitori, i co-produttori, i distributori e i consumatori del distretto andando a

¹⁸³ ODPM, *Towns & Cities: Partners in Urban Renaissance. Breaking Down the Barriers*. London, ODPM/CABE, 2001.

¹⁸⁴ Koyman R., *Creative Urban Renewal. Evaluating Cultural and Creative Entrepreneurial Development*, in Hagoort G., Thomassen A., Koyman R., *Pioneering Minds Worldwide On the Entrepreneurial Principles of the Cultural and Creative Industries*, Eburon Academic Press, Delft, pp.92-99, 2012, http://www.rkooyman.com/attachments/File/CURE_Conc_final.pdf.

¹⁸⁵ Op.cit. Florida R., 2005.

¹⁸⁶ Op.cit. Koyman R., 2012.

privilegiare questo legame rispetto al coinvolgimento di persone esterne al quartiere poiché si vuole stringere la catena di produzione creando prodotti e servizi innovativi guardando allo sviluppo sostenibile;

- Flow and Diversity, si vuole dar vita continuamente a nuovi impulsi facendo interagire le nuove aziende con quelle già stabilite e cercando di proporre nel quartiere sia prodotti commerciali che pubblici e quindi sovvenzionati;
- Cultural Business Modelling, si descrivono le specifiche della forza lavoro creativa e la dinamica del piano urbano per creare nuovi network e nuovi supporti finanziari che rendano il quartiere di successo¹⁸⁷.

Gli imprenditori “creativi” condividono la voglia di assumere il rischio, vedendo il cambiamento come un fatto positivo e salutare. Essi sono necessari per la creazione di nuovi posti di lavoro, quindi producono valore economico nella zona in cui operano, ma devono bilanciare gli obiettivi imprenditoriali con quelli culturali. L’economia “creativa” non ha lo scopo di essere solo economicamente sostenibile ma lo deve essere anche socialmente, per questo è necessario identificare le condizioni sociali desiderabili per promuoverla. Le misure politiche sono il primo metodo da utilizzare per stimolare questa tipologia di crescita, rimuovendo le soglie burocratiche e finanziarie che ostacolano l’accesso all’educazione e al mondo del lavoro. Le iniziative bottom-up individuali o di gruppo sono un altro modo per creare un clima di coesione sociale oltre all’accettazione delle diversità culturali e alla creazione di spazi da dedicare alla “creatività” spontanea. La condizione necessaria per il successo è la doppia attenzione che viene riservata alla classe “creativa” e ai gruppi emarginati, poiché promuovendo e sviluppando i distretti culturali può emergere il disagio da parte dei residenti¹⁸⁸.

¹⁸⁷ Ibidem.

¹⁸⁸ Koyman R., *Creative Zone Innovator (CZI), Conceptual Framework, Criteria and Indicators Theoretical notions*, European Research and Training Centre for Cultural Entrepreneurship ERTCCE, Utrecht School of the Arts (HKU), Art and Economics, Utrecht University (UU) , Art and Economics, 28 luglio 2011, http://www.rkooyman.com/attachments/File/CURE_Conc_final.pdf.

Griffith individua tre modelli attraverso i quali la cultura può essere utilizzata per la rivitalizzazione della città:

1- La visione antropologica della cultura prevede che essa sia l'elemento principale per la rivitalizzazione della città, andando a creare spazi di inclusione e in cui venga richiesta la partecipazione.

2- L'industria culturale della città viene vista come il motore che crea benessere attraverso la produzione e la diffusione di cultura. Non viene quindi considerata solo la cultura «alta» ma anche l'editoria, il settore dell'audiovisivo e la moda.

3- La cultura è il mezzo attraverso il quale si promuove la città e si punta al consumo culturale attraendo visitatori. Si fa qui riferimento all'impatto economico della cultura sulla vita cittadina, quindi le attività artistiche e "creative" collaborano con gli esercizi commerciali e vanno a ravvivare la vita notturna della città¹⁸⁹.

La classe "creativa", descritta da Florida, coincide con la media-alta classe dei gentrificanti che introducono una tipologia di sviluppo che rappresenta una minaccia per la coesione sociale, non solo del quartiere, ma anche della città. Ciò che è necessario evitare, quando si pensa ad una riqualificazione che favorisce la "creatività", è proprio la disintegrazione delle città in zone che sviluppano più caratteristiche internazionali di quelle regionali e nazionali¹⁹⁰. Infatti la rigenerazione urbana deve valorizzare la cultura locale, la città non può più essere solo attrattiva ma deve generare nuove economie per la creazione di nuovi modi di vivere lo spazio urbano. La città "creativa" è perciò la promotrice dello sviluppo sostenibile offrendo luoghi per la sperimentazione e per l'innovazione, poiché le nuove città dinamiche saranno proprio quelle che sapranno sfruttare le risorse identitarie e culturali ponendole alla base della ideazione di una nuova cultura e di nuovi valori comunitari.

Si possono individuare tre fasi della città "creativa":

- Cultura 1.0, caratterizzata dal patrocinio, statale o privato, quindi vengono utilizzate risorse economiche per supportare la cultura;

¹⁸⁹ Griffiths R., Cultural strategies and new modes of urban intervention, *Cities*, Vol. 12, n. 4, 1995.

¹⁹⁰ Op.cit. Koyman R., 28 luglio 2011.

- Cultura 2.0, si introducono le industrie culturali;
- Cultura 3.0, è un nuovo approccio per la generazione di sviluppo economico, ponendo in primo piano il lato sociale e di condivisione attraverso le piattaforme culturali¹⁹¹.

In questa terza generazione i fattori competitivi della città creativa sono la cultura, capace di attivare risorse condivise e innovative, la comunicazione utilizzata come uno strumento strategico e la cooperazione per stimolare la comunità ad un processo di responsabilizzazione comune. Le persone con le loro conoscenze ed esperienze globali possono essere un flusso generativo di novità che vengono usate come forze rivolte allo sviluppo locale, attraverso progetti urbani di qualità che siano in empatia con il contesto storico e con il capitale culturale. Infatti l'unicità delle zone del contesto urbano deve essere mantenuta, è quindi necessario ridurre gli effetti negativi dello sviluppo dei distretti culturali (come la gentrification). Per questo è utile che l'amministrazione cittadina tenga sotto controllo la speculazione edilizia, attraverso la supervisione degli affitti, l'introduzione di agevolazioni fiscali e lo sviluppo di edilizia sociale. Inoltre la relazione tra le istituzioni e i portatori di interesse dei distretti culturali è molto importante, quindi servono luoghi in cui sia possibile relazionarsi, ma la comunità non si crea solo costruendo spazi d'incontro, bisogna anche lavorare sulle persone per far sì che i nuovi centri vengano usati nel giusto modo e che le diversità culturali diventino un vantaggio e non un problema¹⁹².

“My own blunt evaluation of regeneration programmes that don't have a culture component is they won't work. Communities have to be energised, they have to be given some hope, they have to have the creative spirit released¹⁹³.”

¹⁹¹ Appunti del seminario di Sacco P.L., *Cultural and Creative Industries*, Istanbul, 25 maggio 2012.

¹⁹² Carta M., *Città creativa 3.0. Rigenerazione urbana e politiche di valorizzazione delle armature culturali*, in M. Cammelli, P.A. Valentino (a cura di), *Citymorphosis. Politiche culturali per città che cambiano*, Firenze, Giunti, 2011, pp. 213-22.

¹⁹³ Hughes R., *Chief Executive of Kirklees Council*, 1998, in Evans P. e Shaw G., *The contribution of culture to regeneration in the UK: a review of evidence*, A report to the Department for Culture Media and Sport, London Metropolitan University, gennaio 2004.

3.1.2 Benessere e cultura partecipativa

La cultura negli ultimi anni ha assunto sempre più un ruolo chiave nel processo di riattivazione economica e nella rivitalizzazione di una città poiché porta vantaggi economici, sociali e psicologici nelle comunità. Si sta sempre più investigando, quindi, sull'impatto della cultura nel benessere percepito individuale, infatti, partecipare ad attività culturali può avere effetti fisici e mentali. In alcuni studi si è approfondito l'impatto delle performing arts nei giovani, riscontrando evidenti risultati positivi nel comportamento e dei miglioramenti nelle relazioni sociali dei ragazzi a rischio¹⁹⁴. Si è anche valutato l'impatto dei progetti d'arte partecipativa nelle persone con problemi mentali, osservando dei progressi nell'empowerment, negli indicatori di salute mentale e nell'inclusione sociale¹⁹⁵. In Italia invece viene utilizzato un metodo di ricerca per constatare l'importanza della cultura nel benessere individuale arrivando alle seguenti considerazioni.

¹⁹⁴ Daykin N., Orme J., Evans D., Salmon D., McEachran M., & Brain S., The Impact of participation in performing arts on adolescent health and behavior: A systematic review of the literature. *Journal of Health Psychology*, 13, pp.251–264, 2008.

¹⁹⁵ Hacking S., Secker J., Spandler L. K., & Shenton J., *Evaluating the impact of participatory art projects for people with mental health needs*, Health & Social Care in the Community, 16, pp.638–648, 2008.

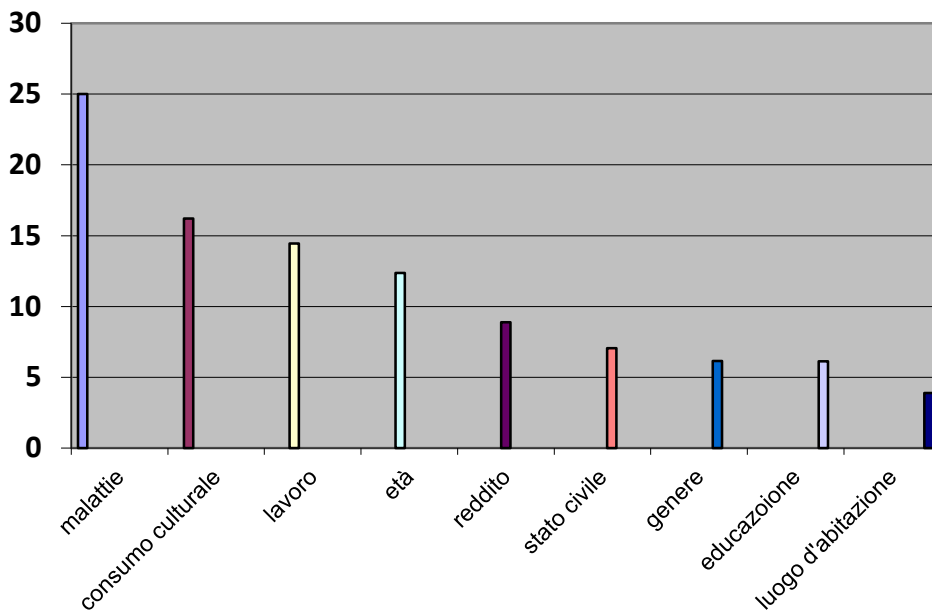


Tabella 3.1 Impact of main descriptive variables on average PGWBI values. The bar refer to the interval range of PGWBI registered in each feature span

Fonte: Grossi E., Tavano Blessi G., Sacco P., Buscema M., *The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project*, Springer Science+Business Media B.V. 2011

Emerge quindi come il consumo culturale sia fondamentale per la percezione di benessere individuale, essendo posto subito dopo la salute fisica. Un dato interessante invece è quello dell'educazione poiché viene vista come una tra gli ultimi fattori influenzanti l'equilibrio personale. Avendo notato come la presenza di malattie sia fondamentale per il benessere psicologico si vuole ora vedere la relazione tra l'intensità della partecipazione ad eventi culturali¹⁹⁶ e la media dell'indice psicologico di benessere considerando il numero delle malattie di cui si è affetti.

¹⁹⁶ Espressa in classi cumulative di frequenza a tutte le attività culturali esaminate.

Grossi E., Tavano Blessi G., Sacco P. & Buscema M., *The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project*, Springer Science+Business Media B.V. 2011.

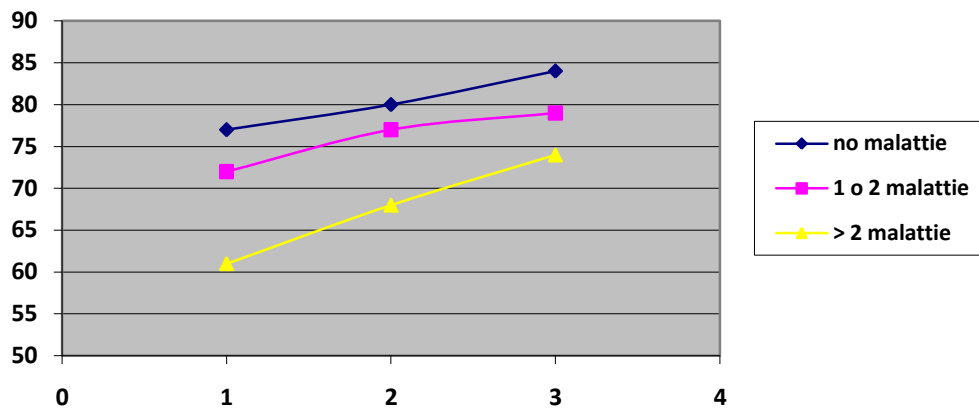


Tabella 3.2 Relation among wellbeing ad participation to cultural activities according to disease burden

Fonte: Grossi E., Tavano Blessi G., Sacco P., Buscema M., *The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project*, Springer Science+Business Media B.V. 2011

È interessante osservare che l'impatto della cultura si sente maggiormente nelle persone con più di due malattie poiché viene vista come una compensazione alla perdita del benessere fisico.

Amartya Sen afferma che un maggior livello di educazione e di cultura personale permette agli individui di essere più informati e coscienti sulle proprie scelte, questo ha un effetto positivo nella determinazione personale e nella salute¹⁹⁷. Per il benessere fisico e psicologico è quindi fondamentale l'esercizio, fisico e mentale, che si può praticare attraverso il coinvolgimento delle persone in attività culturalmente e socialmente significative, facendo quindi lavorare tutte le facoltà dell'individuo attraverso la conduzione di una vita attiva. Le attività culturali, quindi, devono avere una dimensione sociale, poiché la condivisione porta le persone alla partecipazione, per questo in alcuni studi sulla cultura viene considerato anche lo sport. Si parla di approccio proattivo alla cultura, intendendo con il termine una riorganizzazione tecnologica e delle risorse umane per far sì che l'azienda riesca a percepire i cambiamenti futuri in modo di poter pianificare anticipatamente le azioni per il futuro, individuando nuovi prodotti o attività da proporre. La tecnologia si rivela quindi fondamentale per assorbire le informazioni in poco tempo e per velocizzare i processi decisionali, non è in ogni caso

¹⁹⁷ Sen A., *Development as freedom*, Anchor Books, New York, 1999.

sufficiente basarsi su di essa poiché per questo tipo di approccio è necessario un cambiamento di mentalità e di metodologia, avendo a disposizione persone in grado di interpretare i dati, propositive e capaci di condividere le idee e le scelte finali¹⁹⁸.

La cultura è un modo per mantenere e sviluppare le proprie capacità in termini di benessere individuale. Esiste perciò la necessità che venga assicurata una certa libertà al cittadino, il quale deve avere la possibilità di raggiungere i propri fini. In questo modo si crea un'uguaglianza non economica ma nelle opportunità che ognuno può cogliere. Amartya Sen vede lo sviluppo come il processo attraverso il quale si espandono le libertà degli individui. Nella sua teoria delle capacità¹⁹⁹ (insieme delle capacità costruite e sviluppate socialmente) afferma che le attività economiche hanno lo scopo di migliorare la qualità della vita attraverso l'acquisizione di nuove risorse materiali o immateriali che si manifestano necessarie per il perseguimento di obiettivi socialmente e individualmente condivisi²⁰⁰.

Un governo dovrebbe promuovere le attività culturali e artistiche, la tecnologia e l'innovazione in un momento di crisi economica poiché queste portano alla partecipazione nella vita pubblica e a vantaggi per la comunità. Bisogna comunque considerare che

“gli approcci strumentali allo sviluppo culturale possono provocare mancanza di sostenibilità sociale in quanto scoraggiano la partecipazione motivata intrinseca dell'individuo, a favore dell'appropriazione opportunisticamente motivata dei suoi effetti economici²⁰¹”.

Possono esserci tre motivi alla base della scelta:

- Il beneficio economico, attraverso la creazione di posti di lavoro, che porta al benessere della comunità;

¹⁹⁸ Op.cit. Grossi E., Tavano Blessi G., Sacco P.L. & Buscema M., 2011.

¹⁹⁹ Sen A., *La disuguaglianza*, Il Mulino, Bologna, 1994.

²⁰⁰ Sacco P.L., Ferilli G., *Il distretto culturale evoluto nell'economia post-industriale*, Università IUAV, Dipartimento delle arti e del disegno industriale, Venezia, luglio 2006.

²⁰¹ Sacco P. L, Grossi E., Cerutti R. & Tavano Blessi G., *Culture and Well-Being: The role of cultural participation on low and high perceived psychological well-being*, Quality of life studies: Measures and goals for the progress of the societies, Conferenza internazionale, Firenze, 19-23 luglio 2009.

- Il miglioramento e l'aumento dei servizi offerti che incrementa la qualità della vita nelle comunità;
- Una comunità ben educata, più ricca e diversificata riconosce un interesse vivo per la partecipazione²⁰².

Con comunità si intende la comunanza di interessi, il localismo, la familiarità ma il significato di comunità si è modificato nei decenni scorsi poiché la riqualificazione e i cambiamenti socio-economici hanno creato o mutato il senso di appartenenza ad una cultura comune e quello di identità locale. Il termine cultura può essere definito in tre modi:

- L'insieme dei tratti sociali e ambientali che sono stati influenzati dal contesto in cui si vive;
- Le conoscenze e le capacità che si acquisiscono nel tempo, ad esempio attraverso l'istruzione;
- L'acquisizione di caratteristiche che sono state imparate intenzionalmente e che permettono una migliore fruizione delle esperienze culturali²⁰³.

La cultura si dimostra fondamentale per lo sviluppo locale poiché promuove nuove forme di socialità, è quindi importante considerare la partecipazione culturale come un fenomeno che produce sviluppo nella dimensione pubblica, che è molto più importante di quella economica²⁰⁴. Infatti si è riscontrato che un alto livello di reddito non è sinonimo di maggior benessere e di un aumento della qualità della vita.

"The basic purpose of development is to enlarge people's choices. In principle, these choices can be infinite and can change over time. People often value achievements that do not show up at all, or not immediately, in income or growth figures: greater access to knowledge, better nutrition and health services, more secure livelihoods, security against crime and physical violence, satisfying leisure hours, political and cultural freedoms and sense of participation in community activities. The objective of development is to create an enabling environment for people to enjoy long, healthy and creative lives²⁰⁵".

²⁰² Walker C., Fleming C. & Sherwood K., *Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life*, The Urban Institute, Washington, 2003.

²⁰³ Grossi E. & Sacco P., *Cultura e benessere soggettivo individuale: un ruolo centrale*, <http://www.geragogia.net/editoriali/cultura-benessere.html>.

²⁰⁴ Ibidem.

²⁰⁵ Haq M., Fondatore del Human Development Report, <http://hdr.undp.org/en/humandev/>.

La cultura è un bene relazionale poiché rafforza l'identità locale e collettiva accrescendo la connessione tra gli individui prevedendo la condivisione. Non è quindi possibile produrre o consumare prodotti culturali singolarmente ma è necessaria l'interazione con altre persone e con il contesto²⁰⁶. Griswold introduce infatti l'idea del diamante culturale per studiare il rapporto tra cultura e società intendendo con oggetto culturale quel

“significato condiviso racchiuso in una forma²⁰⁷”

quindi è un prodotto dell'uomo che diventa pubblico poiché rappresenta un'espressione comune.

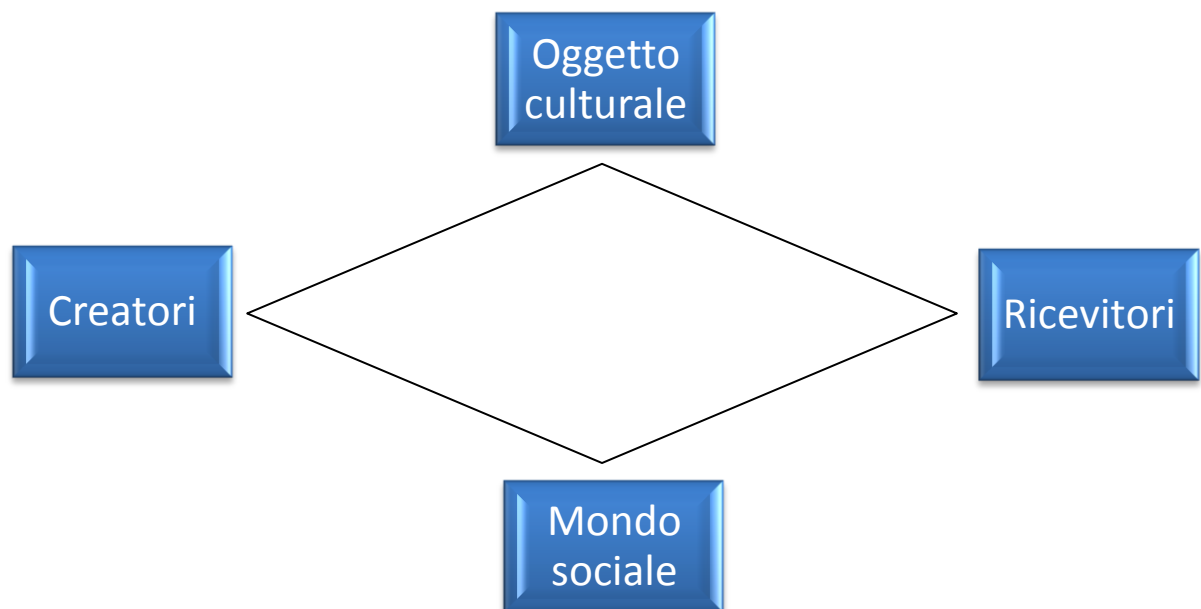


Figura 2.8 Diamante culturale di Wendy Griswold

Fonte: Griswold W., *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 1997

Nel diamante culturale si riscontrano più connessioni che vanno a definire un oggetto culturale. Esso acquisisce un senso solo in uno specifico contesto (il mondo sociale), è prodotto da dei creatori, ma non esisterebbe senza i fruitori poiché l'arte e la cultura esistono solo se guardate e vissute. Le relazioni che legano i vari soggetti sono essenziali per la nascita e la sopravvivenza del

²⁰⁶ Grossi E., Sacco P. L., Tavano Blessi G., Cerutti R., *Culture and Well-Being: Impact of Culture on Individual Subjective Well-Being of Italian Population*, Springer, dicembre 2011.

²⁰⁷ Griswold W., *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 1997, p.26.

prodotto culturale. La partecipazione all'arte si rivela quindi di vitale importanza, ci sono vari modi per poterlo fare:

- Frequentando programmi ed eventi culturali;
- Incoraggiando i propri figli alla partecipazione;
- Agendo attivamente, quindi essendo i primi attori della cultura, con rappresentazioni teatrali, producendo opere d'arte o artigianali come amatori;
- Supportando l'arte attraverso donazioni monetarie o offrendo il proprio tempo libero²⁰⁸.

	Contributo all'arte e alla cultura	Contributo alla vita comunitaria
Fruizioni di programmi ed eventi culturali	Rafforza le istituzioni artistiche e culturali mantenendo e aumentando il pubblico.	Sostiene e aumenta la connessione tra le persone. Contribuisce allo sviluppo economico dei distretti e dei quartieri. Supporta la vitalità degli spazi comunitari, comprese le scuole e i luoghi di culto.
Artisti amatoriali	Approfondisce la conoscenza personale e crea l'opportunità per i potenziali fruitori di avvicinarsi all'arte e alla cultura. Supporta i gruppi artistici che si appoggiano a volontari.	Fornisce esperienze culturali condivise tra familiari, amici e vicini andando a rafforzare i legami sociali. Aiuta a preservare le pratiche culturali di specifici gruppi etnici o regioni.
Socializzazione dei bambini	Incoraggia lo sviluppo di abilità, abitudini e capacità di partecipazione culturale. Sviluppa l'apprezzamento di esperienze artistiche e culturali. È importante nella costruzione di un pubblico a lungo termine poiché incoraggia al supporto dell'arte.	Stimola i bambini e i giovani a prendere parte alle attività comunitarie. Favorisce l'abitudine alla partecipazione che può svilupparsi anche in altri aspetti della vita comunitaria e civile.

²⁰⁸ Walker C., Fleming C., Sherwood K., Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life, The Urban Institute, Washington, 2003.

Supporto per gli artisti e per le organizzazioni artistiche	Offre la possibilità alle organizzazioni d'arte e culturali di proporre eventi e programmi d'alta qualità. Dà l'opportunità di sperimentare l'arte e la cultura.	Rafforza l'abilità delle organizzazioni artistiche di impegnarsi nell'educazione e nella creazione di una comunità. Supporta le istituzioni più grandi che sono fonte d'orgoglio comunitario. Aiuta le organizzazioni che si fondano sulla comunità per promuovere l'arte e la cultura con programmi sociali, servizi e fundraising.
--	--	--

Tabella 3.3 Come l'arte e la cultura influenzano i rapporti sociali in una comunità

Fonte: Walker C., Fleming C., Sherwood K., *Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life*, The Urban Institute, Washington, 2003

La partecipazione attiva è un primo passo verso l'impegno personale nel campo della cultura e in quello civico. Per questo è sempre necessario cercare di incoraggiare ad un supporto maggiore, anche attraverso il marketing, ad esempio coinvolgendo le compagnie e le persone locali nelle performance e negli spettacoli teatrali. Inoltre la creazione di un nuovo pubblico nel lungo termine è importante per avere una visione completa e lungimirante di quelli che saranno gli scenari futuri, quindi si devono creare le basi per favorire il coinvolgimento artistico dei bambini. Questo si può fare fornendo ai genitori l'opportunità di partecipare in modo amatoriale alle forme artistiche, essendo questo uno stimolo e un esempio al pubblico futuro. I partecipanti attivi all'arte e alla cultura e le persone che introducono i loro figli in questo mondo, in genere sono anche coinvolti in altre organizzazioni della comunità, per cui quando le associazioni artistiche creano una connessione con le altre istituzioni comunitarie accedono ad un bacino di persone già operose in altri ambiti²⁰⁹.

La partecipazione è la base per una comunità poiché supporta la vita sociale e la relazione tra gli individui, infatti, più una persona partecipa alle attività organizzate, più viene coinvolta in altre, andando a creare un circolo virtuoso che punta alla condivisione di interessi, alla crescita intellettuale e culturale e alla formazione di un gruppo. Considerando che i luoghi di confronto e di crescita (le

²⁰⁹ Ibidem.

piazze, gli spazi ricreativi e culturali) vanno scomparendo, anche a causa dei media, che stanno sostituendo il contatto personale e diretto tra le persone, si trova necessario riscoprire i vecchi spazi dedicati al dialogo, soprattutto in aree come Tophane, in cui più culture vivono assieme²¹⁰.

3.2 Nuove opportunità per Tophane

3.2.1 Sviluppo di luoghi per la convivialità

Seguendo quanto detto sulla cultura partecipativa nel paragrafo precedente, si vogliono ora portare ad esempio alcune iniziative che hanno cercato un coinvolgimento, o semplicemente vogliono attirare l'attenzione dei cittadini. Si è vista la particolare considerazione che i cittadini turchi riservano ai parchi (tabella 1.14), che sono vissuti come luoghi di ritrovo e di condivisione. Il parco di Tophane è uno degli spazi pubblici più ricchi dal punto di vista culturale e sociale, per questo il collettivo artistico Hafriyat²¹¹ ha scelto di operare in questo luogo. Il 15 marzo 2010 viene organizzato un evento artistico con l'intenzione di rubare la statua del *lavoratore*, posta nel parco dal 1973 e creata dall'artista Muzaffer Ertoran²¹². L'azione prevede di far emergere degli interrogativi sullo spazio pubblico, esaminando la coscienza sociale di questo luogo, facendo emergere il contenuto simbolico della statua.

Il lavoratore è un intervento d'arte pubblica degli anni '70, si vuole riconoscere in questo modo lo sforzo di ogni operaio, poiché la zona, come precedentemente affermato, era un'area industriale. Ora il monumento ha perso il

²¹⁰ Goldoni D., *Estetica ed etica nell'epoca della spettacolarizzazione della vita* in AA VV, *La socialità della ragione. Scritti in onore di Luigi Ruggiu*, Milano, Mimesis, vol. 1, pp. 377-394, 2011.

²¹¹ Hafriyat significa "scavo", ed è il nome di un gruppo di artisti che rifiuta di partecipare al mercato dell'arte tradizionale, difendendo la libera pratica artistica, privilegiando azioni collettive che mirano alla riscoperta delle culture e della memoria creando nuovi spazi vitali.

Il collettivo nasce nel 2007 ed apre uno spazio a Karaköy che ospita performance, spettacoli teatrali, chiudendo nel 2010.

Ahiska M., *Monsters That Remember: Tracing the Story of the Workers' Monument in Tophane, İstanbul - Part I*, *Red-Thread*, 2011. <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=46>.

²¹² Tan P., *Populism as conflict of values*, *NordkaapTimes inside*, İstanbul, settembre 2011. http://www.academia.edu/1101609/Populism_as_Conflict_of_Values.

suo significato originale, che è cambiato in conseguenza alle trasformazioni sociali. Gli artisti non sono riusciti a togliere la statua dal suo posto, sono stati però in grado di scatenare delle reazioni, infatti gli abitanti di Tophane passano molto tempo al parco, ma hanno preso coscienza della statua solo con questo evento. Si crea quindi una contro-cultura che attiva e coinvolge i locali, concependo l'oggetto artistico come uno strumento critico all'interno di un progetto basato sullo spazio pubblico. Quindi il processo artistico diventa un modo per esporre il conservativismo e il nazionalismo quali concezioni basilari nella costruzione dei luoghi pubblici, rivelando le caratteristiche culturali della società contemporanea turca²¹³.

Nel 2010 il docente dell'Università Bilgi İşil Eğrikavuk e l'attrice Sevinç Üçok, che insieme hanno frequentato le lezioni di performance all'Art Institute di Chicago, organizzano il programma "An extraordinary Art Tour". Gli eventi si svolgono in 3 giornate (il 29 maggio, 5 giugno e 12 giugno) e in luoghi diversi del quartiere. I due professionisti hanno scelto 10 posti in cui lavorare: il Depo, Beyoğlu Dikim Evi, Gözde Erkek Kuaförü, Aras Emlak, Alav Alçı Dekorasyon, Tophane Tayfunspor Club, una casa rumena a Bostaniçi Sokak, il murales di Nihat Usta, un orfanotrofio francese e la sede di Realtor Kenan Aras. Le performance trattano il tema del cambiamento a Tophane che viene sviluppato attraverso pezzi teatrali, dipinti e la presenza di figure locali ben conosciute. Il progetto prevede che le location vengano trasformate in palchi teatrali, in cui gli ospiti possano camminare ed osservare la performance durante il suo svolgimento. Eğrikavuk e Üçok spiegano il loro intento:

"The local shopkeepers here are not very familiar with galleries or new modern art. They are more distant and isolated from art. We wanted to develop this kind of project to get them more familiar with art"²¹⁴.

Nei diversi spazi vengono affrontate tematiche differenti che illustrano la storia dell'area da diversi punti di vista. Il vecchio edificio rosso dell'orfanotrofio francese viene ribattezzato "il giardino dell'Eden" poiché al suo interno i due

²¹³ Ibidem

²¹⁴ Özarlan S., Tophane transforming into alternative art hub, Today's Zaman, Istanbul, 6 giugno 2010.
http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=2D83EEC4BFEE749EA E647BFB66EA4B3D?newsId=212255.

organizzatori hanno scoperto un giardino in fiore. Il luogo infatti è stato affittato per 40 anni dal maestro della plastica Kemal Cimbiz. Nell'edificio viene presentata una collezione di decorazioni plastiche rimosse dalle vecchie case nell'edificio. Lo spazio ha lo scopo di essere un luogo in cui i visitatori possano rilassarsi durante l'evento. L'ex orfanotrofio pare essere uno scantinato di tutta Tophane, raccogliendone i resti. Interessante nell'evento è stato il coinvolgimento dei negozianti e delle persone locali. In una casa rom viene organizzata una divertente performance in stile rom, cercando di dare all'ambiente un senso ironico. Ci sono molte persone interessate all'acquisto dell'edificio ma i proprietari si sono sempre rifiutati, quindi la performance è una celebrazione di questo attaccamento ai luoghi d'origine ma anche una reazione al cambiamento in atto a Tophane.

Il parrucchiere Gozde Erkek al momento dell'incontro con gli organizzatori ha parlato dei vecchi bulli di Istanbul e ha consigliato un libro sul tema: "Tempeste numerate" di Refi Ceval Ulunay. Quindi ad ogni visitatore del negozio viene consegnata una breve storia che racconta di due bulli innamorati della stessa ragazza di Istanbul. Il nome dei bulli viene scritto sullo specchio del barbiere con il rossetto per incuriosire le persone. Un altro luogo scelto è la caffetteria di Tophane, che risiede al piano terra di un edificio mentre il primo piano è la sede del Tayfun sport club, nella stanza ci sono trofei del team e ricordi. In questa sala viene mostrato un video di un signore di 81 anni, soprannominato Karababa, che condivide i suoi ricordi. L'uomo è nato e cresciuto a Tophane e frequentava spesso la caffetteria, si vuole quindi fare memoria di fatti accaduti nel quartiere e raccontati dagli anziani.

Alau Alci Dekorasyon è il negozio di Huseyin Alau che non crea solo decorazioni in plastica per muri ma anche statue greche. La performance pensata per questo luogo prevede che due donne vestite di nero facciano la lotta tra loro, ciò che si vuole trasmettere è il senso dell'autocontrollo e della disciplina. Mentre in Kapikulu Sokak, una strada molto stretta circondata da alti muri tra i quali vengono stesi i panni, si è voluto creare una t-shirt gigante lunga 20 metri. Al centro della maglietta si è tagliato un cerchio perché sembrasse una lente d'ingrandimento e in questo modo c'è l'intenzione di dare una nuova e diversa percezione della via. Il Beyoğlu Taylor House è di proprietà di Besir Bostan che

crea trapunte a mano e la sua attività è molto popolare. La performance qui prevede che l'artista Üçok dipinga sulle trapunte nel laboratorio, poiché il luogo è già un'esposizione naturale. Nihat invece è un residente della zona che fa murali. Poco prima dell'evento ne ha creato uno dedicato ad una madre, poiché il figlio doveva partire a breve per il servizio militare. Quando si arriva nella strada in cui è presente il graffito, un fotografo è pronto per scattare una foto ai passanti davanti ad esso, se lo si desidera, si viene quindi a far parte della vita di strada e delle persone del quartiere²¹⁵.

Il progetto è un evento da ripetere, magari in forme diverse, poiché la sua innovazione sta nel riporre l'attenzione in persone e luoghi quotidiani e frequentati abitualmente, ma facendoli vedere da un nuovo punto di vista, quello creativo ed artistico. È proprio questo ciò di cui ha bisogno Tophane: scoprire e capire le tradizioni locali, le nuove culture e l'arte contemporanea che si è insediata nel quartiere, andando oltre i pregiudizi iniziali e le aspettative. Il coinvolgimento locale e il mettersi a servizio della comunità è fondamentale per la creazione di legami che vanno oltre le differenze culturali.

Un altro esempio interessante di cultura partecipativa è stato attuato da un gruppo di creativi milanesi, Matteo Uguzzoni, Augusto Pirovano, Davide Portanome e Matteo Battaglia, che hanno ideato *Critical City*, un gioco di trasformazione urbana, il quale propone modi diversi per vivere e conoscere la città in cui si vive. Il gioco prevede un'iscrizione su internet, dopodiché è possibile iniziare subito ad accettare le sfide che vengono proposte. Inizialmente si richiedono interventi semplici, in genere in casa o in spazi chiusi, per cercare di preparare il giocatore al vero intervento urbano e per farlo conoscere dalla community. Infatti ogni missione deve essere documentata, attraverso foto, video e una relazione quindi i partecipanti ricevono dei punti dagli altri concorrenti in base alla buona riuscita dell'intervento. Si entra in questo modo in una classifica che permette al giocatore di ricevere missioni sempre più impegnative in base alla sua posizione e al punteggio ricevuto. I lavori richiesti sono tra i più vari, a partire dalla creazione di un'opera d'arte con l'immondizia trovata nel parco, all'esplorazione di edifici abbandonati, fino alla creazione di nuove cartellonistiche e segnaletiche cittadine.

²¹⁵ Ibidem.

Le missioni possono quindi rivelarsi dei “*microprogetti creativi*”²¹⁶ e

“anche se l’intento di base di Critical City è divertirsi, è bello notare come molte missioni abbiano anche un risvolto sociale e politico”²¹⁷.

Infatti con le mappe virtuali presenti nel sito si individua la località di ogni giocatore e i luoghi in cui opera, quindi vengono a formarsi delle reti locali che permettono ai partecipanti di conoscersi e sviluppare dei progetti di gruppo. Attraverso il gioco si vuole scoprire la città in cui si vive,

“l’idea di fondo è che i cittadini siano i legittimi proprietari dello spazio pubblico e che sia tempo che le città tornino ad essere di chi le abita. Giocare, per noi, è una delle strade che può innescare questo processo. Con le nostre sfide desideriamo spingere la gente ad agire sul territorio e a riappropriarsene”²¹⁸.

Il gioco coinvolge tre piani contemporaneamente:

- Il piano fisico, poiché si interagisce con le infrastrutture cittadine e vengono effettuati anche interventi architettonici negli spazi in questione;
- Il piano sociale andando ad aumentare le conoscenze interpersonali, stimolando gli individui ad intessere nuove relazioni e portando i partecipanti ad agire in gruppo per progetti sempre più complicati e stimolanti. Il gioco pur essendo basato sulla interattività e partendo dall’uso di internet, porta le persone all’incontro nel mondo reale e non virtuale, a differenza degli altri social network;
- Il piano culturale poiché gli abitanti cambiano il loro modo di percepire i luoghi della città e sono portati a viverla attraverso l’intervento”²¹⁹.

Sarebbe interessante organizzare un gioco simile nel quartiere di Tophane, proponendo ai giovani dell’area di intervenire in questa zona in piena trasformazione, per cercare di far proprio lo spazio che li circonda. Il gioco urbano

²¹⁶ Scussolin A., CriticalCity Upload. Intervista a Augusto Pirovano e Matteo Uguzzoni, *GAME, The Italian Journal of Game Studies*, 2012, www.gamejournal.it

²¹⁷ Dall’intervista a Battaglia M., in Oliva R., Critical City: la città diventa un grande gioco, *il Corriere della Sera*, 4 giugno 2008. http://milano.corriere.it/numeri_e_indirizzi/articoli/2008/06_Giugno/04/critical_city.shtml.

²¹⁸ Ibidem.

²¹⁹ Calcagno M., Trend emergenti nelle produzioni artistiche. Logiche partecipate e creazione del valore, in *Il Capitale Culturale, Studies of the Value Cultural Heritage, Journal of the department of Cultural Heritage*, Università di Macerata, vol.4 2012.

potrebbe anche essere incentrato sull'arte contemporanea e sulla sua comprensione cercando di viverla ed osservarla da punti di vista diversi. Le gallerie potrebbero essere il primo luogo in cui intervenire, cercando di documentare in modo personale un'esposizione, oppure lasciando una traccia del proprio passaggio e incentivando l'interesse da parte degli altri giocatori. Un'altra idea può essere l'organizzazione di the party fuori dalle gallerie d'arte, considerando la tradizione storica nel sorseggiare la bevanda, in questo modo si cerca di far partecipare tutta la comunità locale, che può essere stimolata alla visita della mostra, essendoci un avvicinamento agli abitanti con la ripresa degli usi dei residenti. Attraverso l'intervento guidato dei residenti si creano delle attività culturali che possono essere considerate Bottom-Up, poiché portano a risultati positivi solo con la partecipazione attiva delle persone.

3.2.2 Arte Bottom-Up e piattaforme culturali

In questo momento storico l'elemento fondamentale per il successo di un'azione è l'innovazione, per questo è importante poter condividere le proprie idee con più persone, facendo emergere i difetti e le possibilità di miglioramento. Il crowdsourcing è una nuova forma di collaborazione professionale, attraverso forme volontarie e gratuite di condivisione di contenuti. È un processo che permette di finanziare un progetto o di suddividere il lavoro con altri utenti, generalmente online, infatti si parte dall'idea di esternalizzare il lavoro ad una moltitudine di persone (una folla, appunto). Il principio sta nel fatto che più menti producono un risultato migliore di una sola, collegando le idee, le competenze o la partecipazione di più persone, la qualità del contenuto e dell'idea viene ad essere superiore. Una tipologia di crowdsourcing è il crowdfunding che coinvolge più persone chiedendo denaro per la realizzazione di un progetto, in genere il termine ultimo è di 60 giorni, dopodiché se non si è raggiunta la cifra richiesta, la quota pagata verrà ridata ai finanziatori. Il microtasks è invece la suddivisione del lavoro

in parti, consegnando un compito ad ogni aderente al progetto che verrà pagato dopo aver portato a termine l'attività²²⁰.

Un caso interessante di condivisione è la piattaforma culturale di Sulukule, quartiere tradizionale rom della Municipalità di Fatih ad Istanbul. Ai rom appartiene una cultura della danza e del canto che attirava i turisti nelle case di intrattenimento in cui si offrivano aperitivi accompagnati da balli e musica. Nel 1990 la polizia ordina di chiudere le case, portando gli abitanti del quartiere, che vivono principalmente di questo, a chiedere le elemosine. Dal 2006 un progetto simile a quello che riguarda Tophane investe Sulukule, le case rom vengono abbattute per la costruzione di una nuova zona residenziale, i residenti non vengono interpellati ed è offerta loro la possibilità di andarsene in un nuovo quartiere nella periferia di Istanbul con un mutuo agevolato, ma comunque troppo alto per il loro stipendio²²¹. I residenti, assieme ad alcuni artisti si sono attivati per contrastare e per mostrare quello che sta accadendo attraverso la creazione della Sulukule Platform, che si propone di essere un intervento artistico e culturale concreto contro le trasformazioni urbane e la gentrification. La collaborazione e l'organizzazione a livello di quartiere è possibile nell'iniziazione di eventi temporanei e attraverso l'uso di Network, che fa intervenire anche persone da altri campi oltre ai residenti. Queste attività creano una sfera pubblica legata alla condivisione di un obiettivo, si vuole attirare l'attenzione dei media, dei blog, della comunicazione digitale attraverso eventi artistici e culturali. Nel maggio 2009, in concomitanza con la distruzione delle case, si è quindi organizzata una mostra in collaborazione con il collettivo Hafraiyat, che espone l'espulsione dei residenti con i documenti ufficiali del processo, le proposte di piani alternativi, l'archivio stampa della piattaforma, dipinti opere d'arte e lavori fatti dai bambini e dagli adulti che vivevano nel quartiere²²².

²²⁰ Appunti seminario Hagoort G., *Seminar on Art Management and Cultural Entrepreneurship*, lezione 20 aprile 2012.

²²¹ Foggo H., *The Sulukkule Affair: Roma against Expropriation*, *Roma rights quarterly* N.4, 2007.

²²² Tan P., *Populism as conflict of value*, *Noordkaap Times Inside*, Istanbul, settembre 2011. http://www.academia.edu/1101609/Populism_as_Conflict_of_Values.



Figura 3.1 Il quartiere originale di Sulukule

Fonte: DHA photo in Ince E., *Court Rules against new Sulukule villas*, *Hurriyet Daily News*



Figura 3.2 Il quartiere ricostruito

Fonte: foto di Altinişik H. in *Court Rules against new Sulukule villas*, *Hurriyet Daily News*

Un altro progetto contro la trasformazione urbana è l'Istanbul Map Project, iniziato in collaborazione con Istanbul Urban Magazine, dall'artista spagnola Anna Sala, che produce cartografie critiche sulla privatizzazione dello spazio urbano. Le sue mappe presentano la situazione dei quartieri in alcune parti della città di Istanbul rivelando i progetti urbani, i processi di espulsione e la condizione corrente allarmando sui futuri problemi della popolazione²²³. Ciò che si è fatto a Sulukule non è stato abbastanza per cambiare la decisione che parte dall'alto e che vuole semplicemente spostare delle persone che possono essere "scomode" alla nuova immagine di Istanbul. In ogni caso è un bell'esempio di come persone con diverse culture possano collaborare e chiedere aiuto anche ad individui che fino a quel momento non dividevano niente tra loro (residenti, artisti, professori universitari, creativi). Il caso deve quindi essere un esempio anche per Tophane,

²²³ Ibidem.

pur essendo un diverso processo, può risultare utile vedere come l'arte possa diventare ciò che lega le persone e fa condividere esperienze.

Dal movimento di Sulukule, partito dal basso, è iniziata un'esperienza che si rivela fondamentale per tutti i rom rimasti nel quartiere. I promotori della piattaforma culturale hanno infatti creato un laboratorio artistico per i bambini, che è stato aperto nel 2010 con i fondi dell'Agenzia per Istanbul Capitale della Cultura 2010. Nell'atelier artistico si studia ritmica, danza, elementi di nota, chitarra, violino, clarinetto, ma anche lettura e scrittura, inglese e dal 2011 anche elementi di drammaturgia e cinema. Al progetto partecipano 60 ragazzi dai 6 ai 14 anni, non solo rom ma anche altri bambini dell'area. Si offre loro in questo modo una nuova possibilità, andando a sfruttare le doti innate di questi ragazzi che hanno nel sangue la musica e la danza. Considerando la cultura rom, il metodo educativo non è propriamente quello accademico, anche se si insegnano nozioni e regole, esse si combinano con una comunicazione informale che più si rifà agli insegnamenti delle famiglie. Si vuole anche dare un'opportunità di istruzione ai ragazzi, cercando di aiutarli ad entrare nei conservatori e nelle scuole d'arte, per garantire loro un futuro che li possa togliere dalla strada. Per il sostegno finanziario del laboratorio, i ragazzi hanno anche suonato con l'orchestra giovanile venezuelana Simón Bolívar nella piazza Galata di Istanbul. Un progetto che può essere l'inizio di una collaborazione tra le due scuole e una nuova possibilità per questi giovani.

Si può definire il progetto come la base per una *Community Art*, che è una comunità coinvolta e basata sull'arte, quindi l'attività artistica è fondata sull'ambiente in cui cresce. È difficile infatti che individui isolati prendano parte ad un'azione sociale, la partecipazione è facilitata nel momento in cui esistono dei networks o delle organizzazioni sociali che siano in grado di motivare le persone. L'arte viene ad essere perciò l'elemento che collega la creatività artistica alle condizioni sociali interagendo con la vita comunitaria. Gli artisti e i professionisti creativi collaborano con le persone che normalmente non sono coinvolte nelle pratiche artistiche, realizzando lavori di qualsiasi genere che emergono dal dialogo e dall'influenza reciproca con la comunità.

Questa è una tipologia artistica che si pratica spesso in aree degradate, in cui c'è la necessità di creare nuove e solide reti relazionali. Per questo può essere

un ottimo inizio anche per Tophane introducendo l'arte comunitaria come un fattore determinante del cambiamento sociale ed economico. I residenti del quartiere possono in questo modo esprimere concetti condivisi attraverso la pratica artistica, andando ad instaurare un dialogo interculturale che prevede uno scambio di opinioni aperto e rispettoso tra individui e gruppi con differenze etniche, culturali, religiose e linguistiche. L'arte, in questo contesto, viene quindi vista come la chiave utilizzata per contrastare le barriere culturali e per rafforzare la coesione sociale, permettendo alle persone di poter partecipare alla cultura e all'educazione con le loro idee e la loro manualità, attraverso la collaborazione con gli artisti. Le comunità artistiche creano spazi in cui le opinioni possono fluire senza essere giudicate, in cui c'è un rispetto reciproco e dove la diversità può emergere in modo libero. Infatti gli artisti assorbono idee, culture e tradizioni diverse esponendole nei propri lavori, producendo un cambiamento nella percezione della diversità e nelle relazioni tra culture. L'artista diventa perciò un educatore informale. L'educazione non può essere solo quella accademica poiché esistono altre vie di apprendimento: ad esempio la partecipazione all'arte che propone nuovi modi per comprendere la realtà intervenendo nella vita quotidiana²²⁴.

Il benessere soggettivo è influenzato da alcune variabili, tra le più importanti si ritrovano lo sport, la lettura, il cinema e il teatro. Lo sport non è una vera e propria pratica culturale, ma le due sfere sono spesso associate nell'analisi del benessere psicologico, poiché condividono delle caratteristiche fondamentali: l'accrescimento delle capacità e delle competenze personali. Lo sport e la cultura sono due elementi che caratterizzano una vita salutare, per questo è necessario incoraggiare la combinazione delle due attività per promuovere pratiche inclusive che creino una routine, facendole entrare nella vita quotidiana²²⁵.

La danza è una delle attività che può rientrare in entrambe le categorie e in Turchia è una tradizione molto ricca e sentita, infatti, esiste una grandissima varietà di musica popolare da cui sono nate varie tipologie di danza. La musica

²²⁴ Università del Molise, POLCA, Literature Review, Power of Local Community Arts, , gennaio 2009, www.seniorcommunication.eu

²²⁵ Grossi E., Sacco P.L., Tavano Blessi G., Cerutti R., *The Impact of Culture on the Individual Subjective Well-Being of the Italian Population: An Exploratory Study*, Springer Science+Business Media B.V./ The International Society for Quality-of-Life Studies (ISQOLS) 2010.

turca ha origine nell'Asia centrale e viene tramandata dagli Asik che andavano di villaggio in villaggio cantando, la melodia è molto difficile poiché si basa su una scala di 24 note e non di 12. Essa viene sempre accompagnata da una danza che rispecchia le caratteristiche locali, lo stile e il ritmo sono parzialmente simili ma ogni regione ha la sua danza che rientra nelle tradizioni e nella cultura del luogo. Si è parlato precedentemente di quanto sia fondamentale sfruttare gli usi e i costumi locali, per cercare un coinvolgimento collettivo e uno scambio interculturale.

La danza a Tophane può essere utilizzata proprio per questo scopo, essa incoraggia gli adulti ad interessarsi all'arte ed è un modo attivo per parteciparvi poiché, in questo ambito, l'arte non viene vista come un mondo lontano e difficile da comprendere, ma come una parte della quotidianità, che entra a far parte della vita comune. Sarebbe interessante creare più occasioni di condivisione incentrate sulla disciplina, fondandola sul tramando delle tradizioni e sulla multiculturalità, attraverso corsi o spettacoli a tema che richiedano la partecipazione del pubblico, in cui alcuni ballerini professionisti ballano assieme alle persone locali, creando, quindi, un interscambio culturale tra residenti di diverse nazionalità e individuando in questo modo una passione in comune. Gli eventi si potrebbero svolgere in centri culturali e sarebbe interessante che prendessero luogo negli spazi dedicati alle esposizioni artistiche per comprendere le reazioni all'arte da parte di un pubblico che può non essere quello abituale ed andando così ad instaurare un rapporto anche con le opere.

“La cultura è fatta delle cose che ci scambiamo, di come cerchiamo di spiegarci l'un l'altro chi siamo, della sensazione di avere o non avere qualcosa in comune con chi ci sta vicino alla prima di un'opera o nella fila davanti alla cassa di un supermercato²²⁶”.

²²⁶ “La voce di Bob Dylan” di Alessandro Carrera in Marco Boschini, *Impronta culturale, un quartiere di idee*, 31 ottobre 2012, www.ilfattoquotidiano.it.

Conclusione

Nell'elaborato si è trattato il tema della gentrification, argomento sempre più discusso, che riguarda sia le città in via di sviluppo che le grandi metropoli europee ed americane. Ci si è voluti concentrare sul fenomeno poiché è di rilevante importanza l'attenzione per le persone: negli ultimi anni si è infatti compreso che la crescita non può avere solamente basi economiche ma deve puntare ad uno sviluppo degli individui, del loro modo di vivere e di lavorare²²⁷. La gentrification intacca direttamente la vita delle persone, poiché modifica i luoghi, sconvolge le relazioni e provoca un disorientamento per i residenti e probabilmente un senso di non accettazione per i nuovi arrivati. Introducendo la materia, si è di fatto riportata la letteratura che la tratta e si sono messi a confronto pareri contrastanti, positivi e negativi.

La questione è critica, poiché coinvolge vari aspetti della vita cittadina, quello politico, economico e sociale. Dal punto di vista delle decisioni politiche sull'urbanistica, la gentrification viene adottata come il mezzo per risanare un'area degradata, in genere del centro città, trasformando l'area in una zona per persone più abbienti e cercando quindi di attirare soggetti con maggiori possibilità economiche, costringendo i residenti ad andarsene a causa del rincaro degli affitti.

Spesso il fenomeno ha delle basi artistiche, poiché gli artisti sono i primi a trasferirsi nell'area, in un momento precedente al cambiamento, essendo attratti dagli affitti molto bassi. Vengono definiti, quindi, come i pionieri del mutamento, infatti, con la loro presenza creativa attivano una serie di fattori che portano all'abbellimento della zona. Attraverso i murales, l'esposizione di opere d'arte, la loro presenza nei locali, l'organizzazione concerti e serate, si attirano persone anche esterne alla zona, andando a generare un nuovo flusso turistico. Tutto ciò spinge gli investitori a comprare immobili, che a causa delle maggiori richieste aumentano il loro prezzo, diventando proibitivi per i residenti ma anche per gli artisti. Si sono sviluppate a tal proposito alcune ricerche per rendere la città più attrattiva, individuando i creativi come il target di riferimento, poiché essenziali per

²²⁷ Si veda a tal proposito Human Development Report, <http://hdr.undp.org/en/>.

la riattivazione del luogo. Le persone considerate appartengono al ceto medio-alto, infatti in questa concezione di “creativo” non vengono considerati i piccoli artisti locali o gli artisti di strada.

Si è preso come caso Tophane, un quartiere di Istanbul che sta vivendo la gentrificazione, iniziata proprio con la creazione del museo d'arte contemporanea Istanbul Modern. Dopo l'inaugurazione dello spazio espositivo e i conseguenti interventi di riqualificazione dell'area, la zona viene presa in considerazione per l'apertura di gallerie d'arte, in genere specializzate in arte contemporanea. Con l'arrivo di nuovi residenti di classe abbiente nella zona viene sconvolto l'equilibrio del quartiere, poiché si induce all'apertura di locali rivolti a questo tipo di clientela e a nuovi stili di vita che non sono stati accettati dagli abitanti della zona, perlopiù musulmani fondamentalisti.

Ciò che ha reso interessante il caso di Tophane, oltre al mutamento in corso, visibile anche solo girando nelle strade, è un fatto accaduto nel 2010, anno di Istanbul Capitale della Cultura, in cui un gruppo di persone armate del quartiere si scontra con i presenti alle inaugurazioni delle gallerie. L'evento ha portato ad una chiusura da parte delle gallerie verso i residenti: dalle interviste svolte sul campo è infatti emerso che per i galleristi le persone di Tophane non sono interessate all'arte. In realtà alla base dello scontro ci possono essere varie ragioni, si è pensato al problema degli affitti, come anche del cambiamento della zona, che non risulta più confortevole per le persone che ci vivevano a causa dei ritmi e stili di vita introdotti dai nuovi arrivati. L'evento scatenante può essere stata la presenza di alcune opere d'arte esposte in una galleria, che rappresentavano Atatürk, il simbolo della Turchia repubblicana, come un angelo cadente.

Nell'elaborato si è approfondito il rapporto tra l'arte e la cultura e il benessere individuale, prendendo in esame alcuni studi recenti svoltisi in Italia, che hanno riscontrato un chiaro rapporto positivo tra il consumo culturale e il benessere fisico e psicologico degli individui. Nel momento in cui la cultura è utilizzata con scopi commerciali legati al turismo e quindi ne viene fatto un uso strumentale, è facile che venga percepita come una cosa decontestualizzata e senza un significato. Per questo si rende necessario il dialogo culturale prima di intervenire con progetti che possano essere devastanti per il distretto ma anche per le tradizioni locali, che vengono tramandate grazie alla socialità. In questo modo è possibile creare

iniziative che riescano a sfruttare al meglio le possibilità della zona e della popolazione che vi abita, organizzando eventi, festival e laboratori che si possano rivelare un'attrazione anche per il turismo, ma soprattutto un luogo d'incontro. Infatti, è fondamentale coltivare la base relazionale, prendendo come mezzo le forme artistiche che più si avvicinano alla cultura del luogo.

Nel caso di Tophane il canto e in particolare la danza potrebbero essere le fonti necessarie per far nascere un interesse per l'arte in generale e quindi creare un possibile avvicinamento anche con le gallerie d'arte. Si sono presi ad esempio vari metodi utilizzati, uno dei più efficaci è sicuramente la piattaforma culturale: una forma di interazione che parte dal basso e che proviene dalle proposte dei cittadini, che insieme vogliono raggiungere uno scopo e che si impegnano per farlo. Il coinvolgimento dei bambini in laboratori artistici è il primo passo per attirare tutte le persone che stanno attorno a loro, si cerca quindi di individuare quali sono le discipline per cui sono più portati, (ad esempio l'uso di uno strumento e la danza per i Rom) così da riuscire a coinvolgerli senza sforzi. In questo modo si instaura un rapporto anche con gli artisti locali che possono formare con il tempo una Community Arts. Un altro metodo esposto che punta al coinvolgimento e alla creazione di un nuovo approccio alla città è il CityGame: gioco concepito dalle menti di alcuni giovani italiani a Milano e che si basa sul web. Vengono quindi proposte delle sfide per poter operare attivamente nello spazio cittadino e riappropriarsene (ad esempio l'esplorazione di edifici abbandonati o la creazione di una nuova cartellonistica). Anche per Tophane sarebbe interessante sviluppare questo concetto prendendo come punto di riferimento il quartiere e i problemi sociali esistenti, soprattutto nei confronti delle gallerie d'arte contemporanea, per trovare un nuovo modo di convivere e di avvicinarsi alle culture, da entrambi i punti di vista (residenti e nuovi arrivati).

L'economia prevede la necessità di una continua crescita, per questo le città cercano di essere il più attrattive possibile per i turisti, talvolta a scapito dei residenti e con un'ottica che non guarda al lungo periodo. Si è infatti notato come le città troppo turistiche siano affette da congestione e da servizi diretti solo a quello specifico target, portando spesso i residenti ad andarsene poiché il luogo non è più vivibile sia per i costi, sia per la soddisfazione di alcuni tipi di bisogni (vedi Venezia). Mentre se l'attenzione va ai residenti e si punta al miglioramento

delle loro condizioni, oltre che al promuovere le culture presenti, l'investimento iniziale è maggiore ma sicuramente negli anni è possibile ritrovare molti risultati positivi, poiché non sono i turisti che fanno la città ma le persone locali e il loro benessere porta anche ad un aumento condizionato del turismo, che in questi termini non può che arricchire la località.

Sulle scelte politiche riguardanti il quartiere di Tophane è difficile intervenire, ma è pur sempre possibile cercare di vivere al meglio, rispettando le tradizioni locali e accettando le nuove culture. L'arte, vissuta attivamente, può essere considerata un ottimo strumento per la condivisione, poiché si mettono a disposizione degli altri le proprie conoscenze e le proprie capacità, instaurando un rapporto che ha alla base la partecipazione culturale.

Bibliografia

- ALIÇAVUŞOĞLU E., “How a national museum perception is created through a special collection from imaginary to reality”, Università di Marmara, *Synergie Turchie* n.4, pp.47-57, 2011.
- ALTINDERE H., EVREN S. (a cura di), *Contemporary Art in Turkey:1986-2006*, Frankfurt, Revolver, 2007.
- AKSOY A., “Istanbul's choice”, *Third text*, Vol. 22, n°1, pp. 71-83, gennaio 2008.
- ATUKEREN E. SECKIN A., “On the valuation of psychic returns to art market investments”, *Economics Bulletin*, Vol. 26, N. 5, pp.1-12, 2007.
- BAILEY C., MILES S. & STARK P., “Culture-led Urban Regeneration and the revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, n.1, 2004.
- BAUMOL W.J., “Productivity Growth, Convergence and Welfare: What the Long Run Data Show”, *The American Economic Review*, Vol. 76, issue 5, pp. 1072-1085, Dicembre 1986.
- BIJLOOS E., “Halfbakken en heetgebakerd: hedendaagse kunst in Istanbul”, *Roest*, n.39, 2009, pp. 32-35.
- BLOKLAND T., *Urban Bonds*, Polity, Cambridge, p.13, 2003.
- BOURDIEU P., “Le capital social”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 31, p. 2-3, 1980.
- BRIDGE G., “Estate agents as interpreters of economic and cultural capital: the gentrification premium in the Sydney housing market”, *International Journal of Urban and Regional Research*, n. 25, pp. 87–101, 2001.
- CALCAGNO M., “Trend emergenti nelle produzioni culturali: una prospettiva europea”, in L. Zagato L-, Vecco M. (a cura di), *Le culture dell'Europa, l'Europa della cultura*, FrancoAngeli, Milano, pp. 92-108, 2011.
- CALCAGNO M., “Trend emergenti nelle produzioni artistiche. Logiche partecipate e creazione del valore”, in *Il Capitale Culturale. Studies of the Value Cultural*

Heritage, *Journal of the department of Cultural Heritage*, Università di Macerata, vol.4, 2012.

CARTA M., *Città creativa 3.0. Rigenerazione urbana e politiche di valorizzazione delle armature culturali*, in M. CAMMELLI & P.A. VALENTINO (a cura di), *Citymorphosis. Politiche culturali per città che cambiano*, Firenze, Giunti, 2011, pp. 213-22.

COLEMAN J.S., "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology*, n.94, Supplemento 95-120, 1998.

COSER L., "The Function of Social Conflict", *The Free Press*, New York, 1956.

CZARNIAWSKA B. & PANOZZO F., "Trends and Fashions in Management Studies", *International Studies of Management & Organization*, vol 38, pp. 3-12.

DAYKIN N., ORME J., EVANS D., SALMON D., MCEACHRAN M., & BRAIN S., "The Impact of participation in performing arts on adolescent health and behavior: A systematic review of the literature", *Journal of Health Psychology*, n.13, pp.251–264, 2008.

EVANS G., *Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration*, Routledge, Londra, p.960, 2005.

EVANS P. & SHAW G., *The contribution of culture to regeneration in the UK: a review of evidence. A report to the Department for Culture Media and Sport*, London Metropolitan University, Londra, gennaio 2004.

FLORIDA R., *L'ascesa della nuova Classe Creativa*, Mondadori, Milano 2002.

FLORIDA R., *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community, and everydaylife*, Basic Books, New York, 2003.

FLORIDA R., *The flight of the creative class: the new global competition for talent*, Harper Business, New York, 2005.

FOGGO H., "The Sulukkule Affair: Roma against Expropriation", *Roma rights quarterly*, n.4, 2007.

FREEMAN L. & BRANCONI, F., "Gentrification and displacement: New York City in the 1990s", *Journal of the American Planning Association*, 2004.

- FREY, B. E EICHENBERGER R., "On the return of Art Investment Return Analyses", *Journal of Cultural Economics* n.19, pp. 207-220, 1995.
- FULLILOVE M. T., *Root Shock: How Tearing Up City Neighborhoods Hurts America, And What We Can Do About It*, One World/Ballantine Books, New York, p.14, 2004.
- GALLO L., "Urban poor linger in shadow of Istanbul nouvea", *Hurriyet Daily News*, 01/10/2010.
- GARCÌA B., "Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events, Glasgow 1990, Sydney 2000, Barcelona 2004", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, n.1, pp.103-118, 2007.
- GLASS R., *London, aspects of change*, University College London, Centre for Urban Studies, MacGibbon and Kee, Londra, 1964.
- GOLDONI D., *Estetica ed etica nell'epoca della spettacolarizzazione della vita* in AA VV, *La socialità della ragione. Scritti in onore di Luigi Ruggiu*, Milano, Mimesis, vol. 1, pp. 377-394, 2011.
- GOLDONI D., *Cultural responsibility* in AA VV, *Il patrimonio culturale intangibile nelle sue diverse dimensioni*, Milano, Dott. A. Giuffrè Editore, vol. 1, pp. 319-336, 2012.
- Goldoni D., *Introduzione a R. Shusterman, R. Dreon. D. Goldoni, Stili di vita*, Mimesis, Milano 2012.
- GRIFFITHS R., "Cultural strategies and new modes of urban intervention", *Cities*, Vol. 12, n. 4, 1995.
- GRISWOLD W., *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, p.26, 1997.
- GROSSI E., TAVANO BLESSI G., SACCO P. & BUSCEMA M., *The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project*, Springer, Science+Business Media B.V., 2011.
- GROSSI E., SACCO P. L., TAVANO BLESSI G. & CERUTTI R., *Culture and Well-Being: Impact of Culture on Individual Subjective Well-Being of Italian Population*, Springer, dicembre 2011.

HACKING S., SECKER J., SPANDLER L. K., & SHENTON J., "Evaluating the impact of participatory art projects for people with mental health needs", *Health & Social Care in the Community*, n.16, pp.638–648, 2008.

HAMNETT, C & WILLIAMS, P., *Social Change in London: A Study of Gentrification*, *Urban Affairs Quarterly*, n.15, pp. 470, 1980.

HANS L. & ANDERS H., "Gentrification, an overview on literature", report n.17 in *The housing project at The Division of Building and Real estate Economics*, Stoccolma, 2003.

HANSEN S., "Istanbul art boom bubble", *New York Times*, 10/02/2012.

HARTMAN C., *Yerba Buena: Land Grab and Community resistance in San Francisco*, Bolerium Books, San Francisco, 1974.

HARTMAN C., *The right to stay put*, in GEISLER C. & POPPER F. (eds.), *Land Reform, American Style*, Rowman and Allanheld, Totowa NJ, pp. 302-18, 1984.

HARTMAN C., *City for Sale: The Transformation of San Francisco*, University of California Press, Berkeley, 2002.

HARTMAN C., KEATING D., & LEGATES R., "Displacement: How to Fight It", *National Housing Law Project*, Washington DC, 1982.

HATICE U., "Urban transformation and "finished" city", *Hurriyet Daily News*, 11/10/2010.

LEY D., *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*, Oxford University Press, Oxford, 1996.

LEY, D., "Artists, aestheticization and the field of gentrification", *Urban Studies* n.40, pp. 2527-2544, 2003.

LYONS M., "Employment, feminisation and gentrification in London 1981-93", *Environment and Planning A*, vol.28, pp. 341-356, 1996.

MCKINNISH T., WALSH R. & WHITE K., "Who Gentrifies Low-Income Neighborhoods?", *National Bureau Of Economic Research*, Cambridge, maggio 2008.

MERTON R. K., *Social Theory and Social Structure*, Free Press, New York, 1949.

- MILES S. & PADDISON R., "The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration", *Urban Studies*, Vol. 42, Routledge, Londra, pp.833-39, 2005.
- MOULAERT F., NUSSBAUMER J. & DEMUYNCK H., "Urban renaissance: from physical beautification to social empowerment, Lessons from Bruges–Capital of Culture Europe 2002", *City*, Vol. 8, n.2, 2004.
- NEWMAN K. & WYLY E., "The right to stay put, revisited: gentrification and resistance to displacement in New York City", *Urban Studies* n.4, p.23-57, 2006.
- ODPM, *Towns & Cities: Partners in Urban Renaissance. Breaking Down the Barriers. London.* ODPM/CABE, 2001.
- OZGUR O., "Gentrification posited as motive for attack on Tophane art galleries", *Hurriyet Daily News*, Istanbul, 23/09/20210.
- PAMUK O., *Il museo dell'innocenza*, Einaudi, Torino, 2009.
- PUTMAN R.D., *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York, 2000.
- ROCHE M., *Mega-events and modernity. Olympics & Expos in the growth of global culture.* Routledge, Londra, 2000.
- ROSE D., "Rethinking gentrification: beyond the uneven development of Marxist urban theory", *Environment and Planning D: Society and Space*, n.1, p.56, 1984.
- SACCO P.L., & TAVANO BLESSI G., "Distretti culturali evoluti e valorizzazione del territorio", *Global and Local Economic Review*, Vol. 8, 2005.
- SACCO P.L. & FERILLI G., *Il distretto culturale evoluto nell'economia postindustriale*, Dipartimento delle arti e del disegno industriale, IUAV, Venezia, luglio 2006.
- SACCO P. L, GROSSI E., CERUTTI R. & TAVANO BLESSI G., "Culture and Well-Being: The role of cultural participation on low and high perceived psychological well-being", *Quality of life studies: Measures and goals for the progress of the societies*, Conferenza internazionale, Firenze, 19-23 luglio 2009.
- SANTAGATA W., *Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth*, Dipartimento di Economia S. Cognetti de Martiis, International Center of Research on Economics of Culture, Istitution and Creativity, EBLA, 2012.

SCOTT A.J., "Creative cities: conceptual issues and policy questions", *Journal Of Urban Affairs*, Volume 28, Number 1, p. 6, 2006.

SEN A., *La disuguaglianza*, Il Mulino, Bologna, 1994.

SEN A., *Development as freedom*, Anchor Books, New York, 1999.

SLATER, T., W. CURRAN & L. LEES, "Gentrification research: new directions and critical scholarship", *Environment and Planning A: government and planning*, Vol. 36, Pion Publication, Gran Bretagna, pp. 1141-50, 2004.

SMITH NEIL, "Toward a Theory of Gentrification A Back to the City Movement by Capital, not People", *Journal of the American Planning Association*, vol. 45, issue 4, pp. 538-548, 1979.

SMITH N., "Of yuppies and housing: Gentrification, social restructuring, and the urban dream", *Environment and Planning D: Society and Space*, n.5, p.162, 1987.

SMITH, N., *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*, Routledge, Londra, 1996.

SMITH, N. & WILLIAMS, P. (Eds.), *Gentrification of the City*, MA: Allen & Unwin, Winchester, p.1, 1986.

SMITH N., "Gentrification Generalized: From Local Anomaly to Urban 'Regeneration' as Global Urban Strategy", in FISHER M., DOWNEY G., *Frontiers of Capital: Ethnographic Reflections on the New Economy*, NC: Duke University Press, Durham, 2003.

SPENCER H., *Introduzione allo studio della sociologia*, F.lli Dumolard, Milano, 1887.

TAN P., "The closing in of an Istanbul neighbourhood", in NARULA M., SENGUPTA S., BAGCHI J. & SUNDARAM R. (ed.), *Sarai Reader 07: Frontiers*, Centre for the Study of Developing Societies, Delhi, p.487, 2007.

THROSBY D., "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics", *Journal of Economic Literature*, American Economic Association, vol. 32(1), pp.1-29, Marzo 1994.

THROSBY D., *Economics and Culture*, MA: Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

UTKAN H., "Urban transformation and "finished" city", *Hurriyet Daily News*, 11/10/2010.

VIGDOR. J. L., *Does Gentrification Harm the Poor?*, Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs, pp. 133-182, 2002.

WALKER C., FLEMING C. & SHERWOOD K., *Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life*, The Urban Institute, Washington, 2003.

ZUKIN S. *Loft Living: Culture and Capital in urban Change*, Johns Hopkins, University Press, Baltimore, 1982.

ZUKIN S., "Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core", *Annual Review of Sociology*, Vol.13, p.131, 1987.

Sitografia

AHISKA M., *Monsters that remember. Tracing the story of the Workers' Monument in Tophane*, Istanbul, Redthread issue 3, 2011. <http://www.redthread.org/en/article.asp?a=64>.

ATKINSON R., "Does Gentrification Help or Harm Urban Neighbourhoods? An Assessment of the Evidence-Base in the Context of the New Urban Agenda", ESRC Centre for neighbourhood research, 2002. http://www.urbancentre.utoronto.ca/pdfs/curp/CNR_Getrification-Help-or-.pdf

BOSCHINI M., *Impronta culturale, un quartiere di idee*, 31 ottobre 2012, www.ilfattoquotidiano.it

CRITICAL CITY, criticalcity.org.

DAIRE SANAT, www.dairesanat.com.

DCMS, *Creative Industries Mapping Document 2001*, Department of Culture, Media and Sport, Londra, 2001. http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm.

DEMIR D., "Attack on Tophane Art Galleries", in *Art Asia Pacific*, New York, 6/10/2010. <http://qamaraobscura.blogspot.it/2010/10/attacks-on-tophane-art-galleries-in.html>.

DEPO Istanbul, www.depoistanbul.net/en/about.asp.

DIE, Turkey's Statistical Yearbook, 2004. http://www.die.gov.tr/yillik/yillik_2004.pdf.

EKUMENOPOLIS, www.ekumenopolis.net.

ENHR CONFERENCE 5-8 luglio 2011, Tolosa, www.enhr2011.com.

EUROPEAN STATISTICAL SYSTEM, Turkstat,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/pgp_ess/news/ess_news_detail?id=136312734&pg_id=2737&cc=TR_TURKEY.

EXTRA STRUGGLE/EXTRA MUCADELE, www.extramucadele.com.

FLORIDA R. & TINAGLI I., *L'italia nell'Era Creativa*, Creative Group Europe S.r.l., Milano, 2005. <http://www.creativitygroupeurope.com>.

FOTOTREK, www.fototrek.com.

GALLERY APEL, www.galleryapel.com.

GALLERY NON, www.galerinon.com.

GOLDSMITH R., *Modern art boom exposes turkey's tensions*, BBC News, Istanbul, 30/10/2010. http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/9138192.stm.

GROSSI R. & SACCO P., *Cultura e benessere soggettivo individuale: un ruolo centrale*, <http://www.geragogia.net/editoriali/cultura-benessere.html>.

HANSEN S., "Istanbul art boom bubble", *New York Times*, 10/02/2012. http://www.nytimes.com/2012/02/12/magazine/istanbul-art-boombubble.html?pagewanted=all&_r=0.

HAYAKA ARTI, www.hayakaarti.com.

HUMAN DEVELOPMENT REPORT, <http://hdr.undp.org/en/>.

HÜRRIYET DAILY NEWS, *Outlet hosts Kosovar artist's first solo show in Istanbul*, Istanbul, 10/11/2010. <http://www.hurriyetaidailynews.com/default.aspx?pageid=438&n=outlet-hosts-kosovan-artist8217s-first-solo-show-in-istanbul-2010-10-10>.

ISTANBUL, AVRUPA, *Istanbul 2010*, Istanbul, 04/05/2011. <http://istanbulavrupa.wordpress.com/2011/05/04/istanbul-2010/>.

ISTANBUL, AVRUPA, *Il museo dell'innocenza di Orhan Pamuk*, Istanbul, 30/04/2012. <http://istanbulavrupa.wordpress.com/2012/04/30/il-museo-dellinnocenza-di-orhan-pamuk-articolo-completo/>.

ISTANBUL ECOC 2010 BIDDING DOCUMENT, in Pekelsma S.A., *European Capital of Culture - Community or Commercially based? The case of Istanbul 2010*, European Urban Knowledge Network, The Hague, Madrid, 2009. http://www.cityfutures2009.com/PDF/38_Pekelsma_Simone.pdf.

EUROSTAT 2000, ec.europa.eu/eurostat.

EVANS P. & SHAW G., *The contribution of culture to regeneration in the UK: a review of evidence*, *A report to the Department for Culture Media and Sport*,

London Metropolitan University, gennaio 2004,
http://culturability.fondazioneunipolis.org/wpcontent/blogs.dir/1/files_mf/1270289569thecontributionofculturetooukregeneration.pdf

Jakup Ferri, Jakupferri.blogspot.com.

KARAHAN J., "New Art space for traditional art in Istanbul's Tophane", *Today's Zaman*, Istanbul, 18/07/2012. http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action?newsId=286959.

KARAKA B., "When Duty Calls: Question of Sensitivity and Responsibility in Light of Tophane events", *Red thread*, issue3, 2011. <http://www.red-thread.org/en/article.asp?a=49>.

KAUFMANN D., KRAAY A. & MASTRUZZI M., "Governance Matters III: Governance Indicators for 1996-2002", *World Bank Economic Review*, Vol. 18, No. 4, pp. 253-87, The World Bank, Washington, D.C., 2004. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=405841.

KOYMAN R., *Creative Zone Innovator (CZI), Conceptual Framework, Criteria and Indicators, Theoretical notions*, European Research and Training Centre for Cultural Entrepreneurship ERTCCE, Utrecht School of the Arts (HKU), Art and Economics, Utrecht University (UU), Art and Economics, 28 luglio 2011, http://www.rkooyman.com/attachments/File/CURE_Conc_final.pdf.

KOYMAN R., "Creative Urban Renewal. Evaluating Cultural and Creative Entrepreneurial Development", in HAGOORT G., THOMASSEN A. & KOYMAN R., *Pioneering Minds Worldwide On the Entrepreneurial Principles of the Cultural and Creative Industries*, Eburon Academic Press, Delft, pp.92-99, 2012, http://www.cure-web.eu/uploads/media/Rene_Kooyman_CZI.pdf.

LETSCH C., "Under construction a stroll through Tophane", *Tarlabasiistanbul*, 9/10/2010. <http://www.tarlabasiistanbul.com/2010/10/under-construction-a-stroll-through-tophane/>.

LEWIS J., "Turkey: Istanbul Gentrification Opens Second Front in Culture War", *Eurasianet*, 3/01/2011. www.eurasianet.org/node/62653.

MALANGA S., "The Curse of Creative Class", *City Journal*, winter 2004, http://www.city-journal.org/html/14_1_the_curse.html.

MARCHESONI M. A., "Arte banche e aziende sostengono lo sviluppo", *il sole 24ore*, 18/04/2009. http://www.arteconomy24.ilsole24ore.com/news/2009/04/18/21_A.php.

MARS ISTANBUL, www.marsistanbul.net.

Michel Comte, www.michelcomte.org.

MUSEO DELL'INNOCENZA, <http://www.masumiyetmuzesi.org>.

NIKON SCHOOL, www.nikonschool.it/sguardi/64/comte.php.

OLIVA R., "Critical City: la città diventa un grande gioco", *il Corriere della Sera*, 4 giugno 2008,. http://milano.corriere.it/numeri_e_indirizzi/articoli/2008/06_GIUGNO/04/CRITICAL_CITY.SHTML.

OPEN ARTS FOUNDATION, *Project 0*, 2010. [Openarts.info/project_0/](http://openarts.info/project_0/).

OSBORNE L., "Sylvia Kouvali's Istanbul: Tophane", *Afar magazine*, maggio/giugno 2012. <http://www.afar.com/magazine/sylvia-kouvalis-istanbul-toplane>.

ÖZARSLAN S., "Tophane transforming into alternative art hub", *Today's Zaman, Istanbul*, 06/06/2010. http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=2D83EEC4BFEE749EAE647BFB66EA4B3D?newsId=212255.

PG ART GALLERY, www.pgartgallery.com.

PI ARTWORKS GALLERY, www.piartworks.com.

PILOT GALERI, www.pilotgaleri.com.

POPE N., "İstanbul 2010: Creating a new urban environment through arts and culture", *Today's Zaman*, 08/03/2007,. http://www.todayszaman.com/newsDetail_getNewsById.action;jsessionid=D9A6186CF64E286A8A4286E5912BAC30?load=detay&link=104754&newsId=

RODEO GALLERY, www.rodeo-gallery.com.

SCOPETTA C., *Waterfronts e immagini urbane tra globale e locale. Il caso di Istanbul*, DPTU Università Sapienza di Roma, Roma, 2006.

http://www.academia.edu/453452/Waterfronts_e_immagini_urbane_tra_globale_e_locale._Il_caso_di_Istanbul.

SCUSSOLIN A., "CriticalCity Upload. Intervista a Augusto Pirovano e Matteo Uguzzoni", *GAME, The Italian Journal of Game Studies*, 2012, www.gamejournal.it.

SLATER T., "Gentrification of the City" in Bridge G. & Watson S. (eds), *The New Blackwell Companion to the City*, Blackwell, Oxford, pp. 571-585, 2011, <http://www.sages.ac.uk/home/homes/tslater/gotcbridgewatson.pdf>

TAN P., "Populism as conflict of values", *NordkaapTimes inside*, Istanbul, settembre 2011. http://www.academia.edu/1101609/Populism_as_Conflict_of_Values.

UNIVERSITÀ DEL MOLISE, *POLCA, Literature Review, Power of Local Community Arts*, gennaio 2009, www.seniorcommunication.eu.

UNIVERSITÀ LA SAPIENZA, *Capitale sociale e sviluppo*, Roma. <http://w3.uniroma1.it/dcnaps/solivetti/Capitale%20sociale%20e%20sviluppo3.pdf>.

VITRINE, "Dilara Akay", Istanbul, 11/01/2011. 72smalldive.wordpress.com.

UTKAN H., "Small is Beautiful", *Mashallahnews*, 14/02/2011. <http://mashallahnews.com/?p=1684>.

WALLERSTEIN N., "What is the evidence on effectiveness of empowerment to improve health?, Copenhagen, WHO Regional Office for Europe, 2006", *Health Evidence Network report*, dicembre 2007, <http://www.euro.who.int/Document/E88086.pdf>.

WATSON I. & COMERT Y., *The boom of the turkish art market*, CNN, 8/02/2012. <http://edition.cnn.com/2012/02/08/world/europe/turkish-art-market/index.html>.

WEEKLY STAFF, "Mob Attacks Tophane Galleries in Istanbul", *The Armenian Weekly*, 22/09/2012. <http://www.armenianweekly.com/2010/09/22/mob-attacks-tophane-art-galleries-in-istanbul/>.

WILLIAMS S., *Postcard from Istanbul*, 1/10/2010. <http://blog.frieze.com/postcard-from-istanbul/>.