



Newsletter dell'Osservatorio sulla Città Globale
Numero 1 – giugno 2016



Indice

Presentazione di Antonio Iodice	3
Introduzione di Paolo De Nardis	4
GOVERNANCE e PARTECIPAZIONE	
Di chi è l'arte di strada? Riflessioni a partire dal caso di Blu a Bologna di Luca Raffini	6
Sondaggio_ Elezioni comunali del 5 giugno 2016. Chi vincerà?	11
POLITICHE URBANE NELLA CRISI	
Torino: dalla "città fabbrica" alla "città vetrina", passando per la "città incontro" di Luca Alteri	16
Vogliamo stupirvi con effetti normali: il "rammendo urbano" di Roberta Pastore	19
LAVORO e CONSUMO	
"Cattivi tifosi" vs "Ricchi spettatori". Processi di criminalizzazione e gentrificazione urbana dentro (e oltre) lo stadio di Simone Tosi	24
Gli spazi di coworking tra cambiamenti del lavoro e trasformazioni urbane di Adriano Cirulli	27
INNOVAZIONE e NUOVE CULTURE	
Il City Branding. Tra narrazione e marketing di Luca Raffini	29
Sicurezza e paure urbane, caso di studio nella città di Torino di Raffaella Gaudio e Adriano Cirulli	34
RECENSIONI	39
INIZIATIVE dell'ISTITUTO	42
REDAZIONE dell'OSSERVATORIO SULLA CITTÀ GLOBALE	43

Presentazione

Antonio Iodice

Presidente dell'Istituto di Studi Politici "S. Pio V"

Si avvicinano a grandi falcate le elezioni amministrative del prossimo 5 giugno. Una nuova luce che illumina i maggiori capoluoghi italiani, come puntualmente capita a ogni tornata elettorale, ma che rischia di suggerire un'ottica fuorviante, che ponga in un cono d'ombra alcune questioni dirimenti per il futuro delle nostre città. Concentrati sui pronostici, sul confronto tra i diversi candidati, sui programmi elettorali - ultimamente vergati con dosi massicce di populismo - e sulle reciproche accuse di inaffidabilità si corre il rischio di porre tra parentesi le "questioni urbane" più importanti, che necessiterebbero al contrario di un *comune sentire* tra gli amministratori locali e i cittadini.

L'impovertimento del ceto medio, il collasso di molte aziende municipalizzate, il dramma dei rifugiati e richiedenti asilo - spesso minori non accompagnati - la desertificazione industriale, la questione ambientale, la privatizzazione di servizi pubblici, il pesante indietreggiamento della classe dirigente locale in quanto a etica dei comportamenti, la difficile convivenza - soprattutto nei quartieri periferici - tra etnie e confessioni religiose diverse, infine le infiltrazioni malavitose e la criminalità organizzata rendono l'odierna Città un magma indistinto di pulsioni, istanze sociali, insoddisfazioni e conflitti, suggerendo all'osservatore un drastico quesito: è mai possibile governare un simile caos?

Eppure dobbiamo farlo, perché la Città incide sempre di più sulla vita sociale: non parliamo solo del dato numerico, ma anche di come il contesto urbano oggi abbia ereditato alcune modalità di razionalizzazione degli spazi e dei tempi che nel passato erano proprie dei posti di lavoro e dei luoghi di produzione. A fronte di una tale centralità, la governance della Città fatica a emergere nella sua eccezionalità, soprattutto nel caso italiano, che per interi decenni si è ostinato a negare le oggettive differenze che intercorrono, anche a livello istituzionale, tra l'amministrazione di una metropoli e quella di un centro con poche centinaia di residenti. Il ritardo italiano è peraltro coerente con la "storica" ritrosia del nostro ordinamento a concedere autonomia agli enti locali, laddove l'imposta centralizzazione probabilmente rispondeva alla volontà di "calare dall'alto" una cultura politica unitaria di fatto inesistente nella Penisola di fine Ottocento.

È anche questa una delle chiavi del ritardo del Mezzogiorno, a lungo de-responsabilizzato da una struttura statale romano-centrica e svilito nelle sue caratteristiche culturali, economiche e sociali di impronta regionale, soprattutto quando venne meno quel pacchetto di interventi straordinari che, prima di colpevoli distorsioni, aveva cercato di ridurre la distanza economica tra Nord e Sud. Quando anche venivano espletati i passaggi legislativi funzionali a un riordino degli enti locali, l'iter si bloccava nelle pastoie esecutive: forse non tutti sanno, ad esempio, che la legge di istituzione delle Città metropolitane risale al lontano 1990 (legge n.142 dell'8 giugno), addirittura precedente rispetto alla riforma per l'elezione diretta del sindaco nelle grandi città. Più di un quarto di secolo dopo assistiamo ancora ai primi vagiti istituzionali di un ente, appunto quello della Città metropolitana, che potrebbe costituire la chiave di volta per inserire le metropoli italiane nella governance mondiale, cioè in quel "Governo delle Città" che si pone come intermedio tra i bisogni delle popolazioni e gli Stati progressivamente svuotati di sovranità a favore di entità sovranazionali.

L'Osservatorio sulla Città Globale, creato dall'Istituto di Studi Politici "S. Pio V" e operante attraverso pubblicazioni cartacee e digitali, si pone l'ambizioso e necessario obiettivo di analizzare i fenomeni urbani, sotto una molteplicità di punti di vista, per fornire spunti di riflessione e modelli di intervento ad amministratori locali, studiosi delle scienze urbane, operatori dell'informazione e giovani studenti. Saranno i lettori e la comunità scientifica che ruota intorno all'Istituto - la stessa che ha seguito con interesse i primi prodotti dell'Osservatorio - a testimoniare che ci stia riuscendo o meno. Nel frattempo, godiamoci le nostre città e impegniamoci a renderle più vivibili!

Introduzione

Paolo De Nardis

Sapienza Università di Roma - Coordinatore Osservatorio sulla Città Globale

Le Città. Ancora le Città. Sempre più crocevia delle nostre esistenze e *benchmark* della vita collettiva nella tardo modernità. Anzi, le Città come espressione di un vero e proprio “progetto di modernità” che lega l’organizzazione della collettività alle necessità del mondo del lavoro e della produzione. Nell’era fordista, di conseguenza, il contesto urbano era scandito dagli orari lavorativi, dalle sirene delle fabbriche e dal loro echeggiare, in sedicesimi, nelle campanelle delle scuole. Con la crescente deindustrializzazione sono le tessere elettroniche da *badgiare* in ufficio che sostituiscono i cartellini delle fabbriche, mentre i ritmi della Città “esplodono” alla pari degli orari lavorativi: il traffico urbano è costante – non più polarizzato all’inizio e alla fine della giornata – la convivenza tra lavoro e famiglia penalizza l’occupazione femminile, la rete di assistenza familiare diventa un capitale importante, la vicinanza a punti di snodo nei trasporti assume un valore baricentrico (tanto da stravolgere l’attribuzione della rendita rispetto alla consueta distinzione tra centro e periferia), il riempimento del tempo di non-lavoro mediante meccanismi di *leisure* diventa un elemento costitutivo della socialità e genera importanti circuiti economici. Non solo: sono ancora le Città il teatro dello stravolgimento di alcuni parametri sui quali si era fondato lo Stato moderno, prima che anche quest’ultimo soffrisse una sorta di “crisi di identità” per la quale la soluzione pare ancora lontana. Stiamo parlando della distinzione tra spazio pubblico e spazio privato, del concetto di ‘identità’ legato ai territori e agli enti locali, della *verticalità* con cui erano storicamente pensati e organizzati i posti di lavoro. Questo numero della Newsletter dell’Osservatorio sulla Città Globale propone alcune riflessioni proprio sui suddetti cambiamenti, partendo da casi empirici considerati emblematici. Simone Tosi legge nella tendenza, da parte delle (potentissime) società di calcio italiane ed europee, a edificare stadi di proprietà un vero e proprio stravolgimento del concetto di “spazio pubblico”: al netto del rischio di speculazioni immobiliari – sempre presente nel caso di Grandi Opere – d’ora in poi andare a vedere una partita allo stadio si confonderà con il recare una visita di cortesia a casa della famiglia Agnelli oppure andare a trovare nella propria magione il proprietario del Milan... Quali regole varranno in quel momento? Quelle che disciplinano le iniziative pubbliche oppure quelle proprie di casa-Berlusconi (o casa-Thohir, casa-Pallotta...)?

Tra “narrazione” e “marketing” Luca Raffini studia la messa a valore dell’identità, della storia e della cultura della Città, all’interno di un processo non privo di contraddizioni: qual è il confine tra la “narrazione dinamica” e l’omologazione sull’altare del commercio, della vendita di magliette e della McDonaldizzazione? Soprattutto, sussiste il pericolo che la valorizzazione dell’immagine della Città ne riduca le capacità di auto-analisi? Luca Alteri affronta il caso di Torino, in cui la buona performance delle ultime amministrazioni sembra quasi legittimare la tendenza a nascondere la polvere sotto il tappeto sabauda, anziché aspirarla con convinzione. La ricerca empirica condotta da Raffaella Gaudio e Adriano Cirulli proprio su Torino conferma tale rischio, con la formazione di un’area non circoscritta di insicurezze e “paure urbane”.

Il mondo del lavoro non è più come una volta, si dice. Sarà anche vero, ma bisogna aggiungere che anche i luoghi di lavoro subiscono trasformazioni a volte fragorose, altre volte silenziose: se un’azienda viene delocalizzata all’estero l’opinione pubblica (giustamente) si interroga e protesta, ma se alcuni cambiamenti nelle modalità di lavoro vengono auto-organizzati e posti in essere in maniera orizzontale finiscono per passare inosservati o quasi. Adriano Cirulli studia il fenomeno del ‘coworking’, di cui sentiremo parlare sempre più spesso in futuro.

Anche la dimensione artistica trova nella Città un attualissimo spazio di riflessione: non tanto *cosa è arte?* – quesito complesso e a volte ozioso – ma *di chi è l’arte?* – cioè a chi appartiene, chi può deciderne l’utilizzo e persino la rimozione? Luca Raffini ha studiato un caso balzato agli onori della cronaca un paio di mesi fa: l’artista Blu e l’amministrazione comunale di Bologna.

La Città va anche ristrutturata, ammodernata, rigenerata; a volte, però, va semplicemente ascoltata, favorendo il dialogo tra le parti istituzionali e la società civile, anche in contesti difficili: il contributo di Roberta Pastore illustra il caso catanese di Librino, in cui la periferia di una Città metropolitana – qui si parla di Catania – non viene illusa da progetti faraonici, come pure accadde in passato, ma semplicemente “rammenda-

ta” con competenza e buon senso, producendo risultati non banali, soprattutto se contestualizzati in un ambiente “difficile”.

Sono queste le nostre Città: difficili, complesse, imprevedibili, eppure inevitabili. Ci dobbiamo rassegnare alle Città, ma non all’idea di subirle come sono attualmente, vale a dire – parafrasando le suggestioni di Italo Calvino – luoghi nei quali l’unico atto di rispetto e di devozione si ha quando “gli spazzaturai rimuovono i resti dell’esistenza di ieri”...



Governance e partecipazione

Di chi è l'arte di strada? Riflessioni a partire dal caso di Blu a Bologna

Luca Raffini

Università degli Studi di Genova – Osservatorio sulla Città Globale

Associazioni e gruppi di cittadini che si uniscono per ripulire le strade, in nome della sicurezza e del decoro, sono attivi in molte città. Si tratta di cittadini che non si limitano a chiedere alle istituzioni di vigilare e mantenere la città pulita e vivibile, ma che decidono di attivarsi dal basso per riportare il decoro e, con questo, la legalità e la sicurezza¹. Si tratta di operazioni che non di rado provocano contrapposizioni e conflitti tra concezioni diverse attribuite al concetto di “riprendersi la città”. Da una parte vi sono, infatti, i “retaker”, per i quali la battaglia per il decoro e la sicurezza si realizza con il contrasto alla piccola criminalità, e con la lotta alla sporcizia, alle affissioni abusive, alle scritte e ai graffiti. Dall'altra parte vi sono comitati, movimenti e gruppi per cui “riprendersi la città” significa riconquistare spazi di socialità e cornici di significato condiviso, anche attraverso occupazioni di edifici, a scopo abitativo o culturale, lo sviluppo di pratiche sociali alternative, la produzione di arte di strada quale espressione contro culturale e conflittuale. Il ricorso ad atti illegali, in questo caso, si inquadra nell'ambito di una strategia di elaborazione culturale e politica “dal basso”, di contrasto alle sperequazioni, alle logiche commerciali che colonizzano tutte le sfere della vita sociale, politica, culturale. L'azione illegale diventa strumento di appropriazione degli spazi e di creazione di significati condivisi, ma anche rivendicazione di diritti.

Fig. 1. Il Murales di PAO cancellato a Milano.



¹ A Milano, in occasione di un “cleaning day” organizzato a fine marzo del 2016, l'Assessore all'arredo urbano compie un gesto che si guadagna l'attenzione dei media: dipinge una striscia di vernice bianca su un'auto che, parcheggiata in doppia file, impedisce l'accesso a un muro su cui i volontari intendono cancellare delle scritte. Un atto di giustizia fai da te, o “di ribellione”, come lo definisce la stessa Assessora.

Il conflitto tra le due diverse concezioni della legalità, dei diritti, della sicurezza, in alcuni casi si materializza in forma esplicita. A Milano, nel maggio del 2015, nella periferia della città un gruppo di “ripulitori” - nell’ambito di un’iniziativa sviluppatasi a seguito della protesta contro l’Expo, sorta con il sostegno del Comune - cancella un Murales di Pao, Street Artist milanese. L’evento alimenta una discussione, che vede confrontarsi chi difende il gesto di affermazione della legalità e chi difende l’esistenza del Murales, che, presente dal 2001, è entrato a fare parte dell’identità di luogo. Pur privo di permessi da parte del Comune, il Murales, raffigurante fiori e api (Fig. 1) – come afferma lo stesso artista - è stato realizzato d’accordo con abitanti e frequentatori del giardino, e può essere inteso come un “progetto di riqualificazione dal basso fatto con gli abitanti del quartiere”, che ha coinvolto anche i bambini. Di fronte alle proteste dei residenti e dei frequentatori del giardino l’Assessora alla mobilità riconosce che si è trattato di un errore, chiedendo allo stesso artista di disegnare un nuovo Murales (stavolta legale) sullo stesso muro in cui è stato cancellato il precedente: “è evidente a tutti che un conto è cancellare le tante brutture e scritte che sporcano i muri e un altro è invece eliminare delle vere e proprie opere d’arte che impreziosiscono la città”, dichiara l’Assessora. Ciò che rimane aperta è la questione di chi abbia titolo a definire cosa sia arte e cosa non lo sia, trattandosi di valutazione assolutamente soggettiva, ancor più se applicata all’arte di strada, il cui significato, al di là della bellezza, sta nei contenuti che rappresenta e nel suo legame con le identità e i conflitti che esprime. Non solo, si tratta di un caso lampante di “disallineamento tra legalità e legittimità”: a fronte di politiche, progetti, interventi urbanistici legali, ma che incontrano una ampia opposizione nei territori, vi sono pratiche socialmente legittimate, ma illegali, e quindi da reprimere e cancellare. Nel caso di Roma, le operazioni di ripulitura della città sono realizzate da “Retake Roma” un’associazione che “promuove l’arte di strada purché legale” (www.retakeroma.org). L’associazione, in collaborazione con l’unità della Polizia Municipale di Roma che si occupa di decoro e con la squadra di Ama “Decoro”, interviene nelle strade ripulendo i muri da Murales, Tag e Graffiti illegali, tracciando così una netta distinzione tra arte di strada “buona”; che contrasta il degrado, e arte di strada “non buona”, che alimenta il degrado. L’associazione infatti, in accordo con istituzioni e privati, realizza Murales o graffiti legali, sui muri urbani, ritenendo che l’arte sia “la medicina per il degrado”. Riportare il bianco sui muri, strappare i manifesti abusivi (a Roma sono onnipresenti), sostituire Murales e graffiti illegali con Murales e graffiti legali, è una strategia per “riprendersi la città”. Anche a Roma l’azione dei ripulitori genera conflitti che, al di là del singolo Murales o della singola scritta, hanno come oggetto visioni diverse della città. Avviene quando i volontari di Retake cancellano, a Porta Maggiore, all’ingresso del quartiere di San Lorenzo, la grande scritta “Né pubblico né privato, Comune” (Fig. 2), presente da oltre un anno. La rimozione avviene nel corso di un grande evento di “cleaning-up” che ha luogo la notte del 11 marzo. Un atto, che per gli attivisti di Retake è un gesto di riappropriazione di un bene comune, rispetto a una scritta che lo deturpa, è visto dai militanti di centri sociali e movimenti per i beni comuni come la cancellazione di un simbolo che appartiene ai cittadini. Il risultato è che, appena un paio di giorni dopo, la scritta riappare sul muro, ed è rivendicata come un’azione di re-commoning, in aperta contrapposizione con quella di re-take: a decidere su scritte e Murales devono essere i cittadini del quartiere, si sostiene.

Fig. 2. La scritta sulle mura di Porta Maggiore, Quartiere di San Lorenzo, Roma.



I movimenti per il decoro vengono criticati, sul piano più generale, perché promuovono una strategia di definizione della legalità che enfatizza la dimensione dell'ordine e della sicurezza. Ciò finendo per fare il gioco dei grandi interessi economici, che allungano le loro mani sulla città, favorendo fenomeni di *gentrification* che privano le città della loro anima e marginalizzano i loro abitanti, in nome di un "decoro" a misura di turista e degli abitanti dei quartieri borghesi.

Nel marzo del 2016, a Bologna, un nuovo conflitto tra artisti di strada e amministrazioni consente di guardare alla questione ancora da un altro punto di vista. Per molti aspetti capovolto, se pensiamo che a differenza del Murales di Pao a Milano, questa volta non è l'amministrazione – o un gruppo di volontari che agisce d'accordo con il Comune – a cancellare l'opera, ma l'artista stesso, come gesto di ribellione e di riaffermazione della propria libertà, proprio contro le istituzioni "mainstream" che, dopo avere sempre combattuto e condannato l'arte di strada, intendono appropriarsene. Con il risultato, dal punto di vista degli artisti di strada, di addomesticarla e neutralizzarla, separandone l'estetica dai significati e dai contesti in cui nasce, e privandola perciò della sua dimensione critica e alternativa. Un po' come è avvenuto con l'istituzionalizzazione del jazz e di altre espressioni artistiche che, da prodotto subculturale e controculture, sono state mercificate e integrate nella cultura di massa.

Blu, artista marchigiano, da molti anni residente a Bologna, è un esempio di Street Artist conosciuto a livello internazionale, le cui opere trovano spazio in contesti sociali e in mobilitazioni politiche ben riconoscibili, che l'artista rappresenta con la sua arte, sovente d'accordo con abitanti e frequentatori dei luoghi in cui disegna. Blu, ritenuto tra i principali artisti di strada a livello mondiale, non rifiuta a priori la collocazione in altre sedi: ha, per esempio, affrescato una intera facciata della Tate Modern di Londra.

Fig. 3. Londra. Un Murales di Blu.



Uno dei più conosciuti e apprezzati murales realizzati da Blu copriva il muro del centro sociale XM24, nel quartiere della Bolognina, in uno spazio occupato in cui la "barricata artistica" intende difendere uno spazio sociale minacciato dall'ennesimo progetto di *gentrification*. Il grande Murales (Fig. 4), il cui valore, alla luce della popolarità acquisita dal suo autore, è da considerarsi molto alto, rappresenta una battaglia tra gruppi di cittadini, armati di cocomeri e mortadelle. Nella stessa notte in cui a Roma viene coperta la scritta sulle mura di Porta Maggiore, anche il grande Murales del XM24 viene coperto. Ma questa volta non è una

squadra antidegrado a farlo, è lo stesso Blu. La stessa sorte toccherà ad altri Murales realizzati in città dall'artista nel corso degli anni. Blu, del resto, non è nuovo a questi gesti. Poco tempo prima aveva coperto due Murales realizzati a Berlino, nel quartiere Curvstrasse, a Kreuzberg. Alla base della scelta provocatoria di Blu vi è un principio di fondo: le opere di Street Art nascono dal basso, e sono profondamente legate al contesto in cui si situano. Nascono come opere estemporanee, instabili, fugaci, dal futuro incerto. È normale che sia così per opere che nascono in contesti di degrado, in ex-aree-industriali o in casermoni di periferia. Si tratta di Murales illegali, che possono quindi essere coperti dai proprietari dello stabile. Che possono essere distrutti insieme allo stabile stesso. Che possono essere coperti da altri disegni e scritte. Ma, per definizione, non possono essere fatte proprie da nessuno. Potremmo dire che, in fondo, un Murales cancellato per riportare il bianco o perché l'edificio che lo ospita è demolito per lasciare posto a un centro commerciale, fa parte del destino di una simile opera. Passare ad essere, da simbolo di contestazione e di espressione dal basso in quartieri degradati ad attrazione in moderni quartieri gentrificati, popolati di studenti e turisti, no. Finire in un museo, tanto meno.

Fig. 4. Il Murales cancellato da Blu, Centro sociale XM24, Quartiere Bolognina, Bologna.



A Berlino, nell'ambito di un impetuoso processo di *gentrification*, che si estende rapidamente fino a interessare i quartieri più periferici, i Murales si trovavano in un contesto profondamente mutato rispetto a quello di origine, al punto di suggerire a Blu che fosse venuto meno il senso stesso della loro esistenza, pena il rischio di trasformarsi, da espressione di conflitto e di arte dal basso, in attrazione turistica, avallando una mercificazione dell'arte di strada.

A Bologna il processo di sradicamento dell'arte di strada dal suo contesto originario, e il conseguente rischio di alterazione del suo significato, compie un deciso passo avanti. Non è più il contesto che fa da sfondo all'opera che cambia. È l'opera che viene sottratta dal suo contesto per essere trasferita in un museo. È quanto avviene in vista dell'allestimento della mostra Street Art - Banksy e Co., realizzata a Palazzo Pepoli, per cui gli organizzatori decidono di staccare dai muri che le ospitano pezzi di Murales, da inserire nella mostra (che prevede il pagamento di 13 euro per entrare) e senza avere prima consultato e ottenuto il consenso dell'artista, con l'obiettivo dichiarato di preservarle e di renderle patrimonio pubblico. Le motivazioni del gesto sono espresse dall'artista tramite la pagina web del collettivo Wu Ming:

“La mostra Street Art. Banksy & Co. è il simbolo di una concezione della città che va combattuta, basata sull'accumulazione privata e sulla trasformazione della vita e della creatività di tutti a vantaggio di pochi.

Dopo aver denunciato e stigmatizzato graffiti e disegni come vandalismo, dopo avere oppresso le culture giovanili che li hanno prodotti, dopo avere sgomberato i luoghi che sono stati laboratorio per quegli artisti, ora i poteri forti della città vogliono diventare i salvatori della street art. Tutto questo meritava una risposta².

L'arte di strada è per natura illegale. Indipendentemente dal suo valore artistico, che appare tanto più assente quanto più questo tipo di espressione si diffonde come moda, superando molto spesso il confine tra espressione artistica, o contro culturale, per diventare mero atto di vandalismo. In questo caso, il messaggio sociale e politico, oltre al valore (contro o sub) culturale, si perde, mentre i "tag", più che i murales (sigle che rappresentano la firma del suo autore), si diffondono indiscriminatamente su mura di fabbriche dismesse, facciate di abitazioni private, carrozze di treni e metropolitane.

Si tratta, non di meno, di pratiche che, pur condividendone le radici, si allontanano in maniera netta dalle forme e dai significati originari attribuiti alla Street Art da artisti come Banksy, per cui l'arte di strada è libera, spontanea, creativa, e per esserlo non può che essere illegale, pena la sua trasformazione da "luogo di critica a luogo di ratifica del potere"³. I prodotti della Street Art, così definita, "affondano le radici nelle vertenze sociali dei territori" e, se mercificate, rischiano di perdere tutta la loro carica espressiva e comunicativa, di atto collettivo e critico, riducendosi a moda. La cancellazione fisica delle sue opere da parte di Blu, se letta in questa ottica, non è un atto distruttivo, ma un atto, in realtà, teso a rivendicare il valore primigenio di un'opera, che si riafferma dal momento che si sottrae all'appropriazione per scopi di profitto privato. Il punto di vista di chi sostiene e condivide il gesto di Blu è ben sintetizzata da Arianna Di Genova, che scrive:

Un murales è di tutti, della città stessa, neanche dei proprietari delle mura e dei palazzi dove appare. Un graffito poi non è un affresco medievale che va conservato altrove per evitare che l'umidità mangi e polverizzi il colore. Esporlo nei musei significa negare la sua stessa storia e renderlo esangue, normalizzare la sua dirompenza delle origini. E tirarlo via dai muri, dalle periferie anche degradate dove è nato (non a caso) è una sottrazione indebita nei confronti di una comunità che può goderne ogni giorno⁴.

A maggior ragione se a compiere la sottrazione è la stessa amministrazione che prima condanna l'artista per atti vandalici e poi intende valorizzarne le opere come oggetti di arte. I Murales che coprono i muri delle città, e che sono spesso ormai ritenuti parte del paesaggio urbano, e veri e propri riferimenti identitari dei quartieri che li ospitano, sono oggi al centro di un conflitto che si gioca sul loro valore, il loro significato, la loro proprietà. Variamente ritenuti simbolo di degrado di espressione artistica e di contrasto al degrado, sono talvolta oggetto di attenzione da parte delle squadre anti-decoro delle municipalizzate della nettezza urbana e altre volte oggetto di attenzione da parte dei curatori di mostre di arte contemporanea. In alcuni casi sono cancellati per riportare il bianco e il giallo pallido degli intonaci, in altri casi ricoperti da Murales "ufficiali", la cui validità artistica è in qualche modo certificata, in altri ancora multati (è successo alla Street Artist bolognese, ALice, multata di 800 euro) o "sottratti" per essere portati nei musei. A questa sottrazione si ribella Blu cancellando le sue opere, riaffermando che l'arte di strada è legata al contesto in cui nasce, è destinata a nascere e a morire, a essere coperta di vernice bianca o a distruggersi con il muro che la ospita. Non a finire sotto una teca.

² <http://www.wumingfoundation.com/giap/?p=24357>

³ @zeropregi, La street art è un contenitore vuoto, «il Manifesto», 13 aprile 2016.

⁴ Arianna di Genova, Quello di Blu è un gesto politico, «il Manifesto», 13 marzo 2016.

Elezioni comunali del 5 giugno 2016. Chi vincerà?

‘Elezioni’ e ‘Città’ sono un binomio inscindibile, sia perché ogni ente locale, in una democrazia liberale, trova la propria legittimazione nelle urne, sia perché – nello specifico dei grandi centri urbani italiani – la nota riforma elettorale del 1993 ha fornito una indubbia visibilità al Primo Cittadino, sia perché, infine, in un sistema politico sempre più fondato sul sondaggio ogni appuntamento elettorale vale come plebiscito in favore o in opposizione al governo in carica.

Il 5 giugno 2016 sette tra le principali città italiane andranno al voto: molte variabili, politiche, economiche e sociali, si intersecano tra loro, definendo un quadro incerto – tranne poche eccezioni – con possibili ricadute sul governo nazionale e un occhio al referendum costituzionale del prossimo ottobre.

Chi vincerà? Lo abbiamo chiesto ad alcuni testimoni privilegiati, attenti studiosi del fenomeno urbano e protagonisti della vita delle città, per capire se sia possibile immaginare un risultato di massima per ogni nuovo governo locale, oppure se il contesto sia così frastagliato da lasciare dubbi anche agli esperti.

Nella successiva Newsletter vedremo quale elezione locale si sia maggiormente avvicinata alle attese.

I risultati

In uno scenario politico che ha ormai da alcuni anni lasciato alle spalle il bipolarismo, per assumere una configurazione tendenzialmente tripartita, il risultato del nostro mini-sondaggio ci consegna un risultato chiaro: nella percezione degli studiosi di politica, il centro-destra è oggi considerata l’area più debole. Tale debolezza, amplificata dalle divisioni, in città come Roma e Torino, in cui la destra presenta almeno due candidati, sembra attenuarsi solo a Milano e a Trieste. Nel primo caso il candidato del centro-destra, Stefano Parisi, è accreditato come il principale avversario di Giuseppe Sala, e quattro degli intervistati lo indicano come il possibile futuro sindaco di Milano. Anche a Trieste i nostri intervistati si sono divisi: in questo caso il candidato della coalizione di centro-destra, Di Piazza, è ritenuto in grado di vincere da cinque intervistati. In entrambi i casi il responso rimane, tuttavia, a favore del candidato di centro-sinistra: Beppe Sala, con dieci “voti” e l’incumbent Roberto Cosolini, il sindaco, che ottiene nove voti.

Nella maggioranza delle altre città al voto la percezione diffusa è che il candidato del PD/centro sinistra sia sostanzialmente senza avversari: è il caso di Bologna, di Torino e di Cagliari. Nel primo caso gli intervistati concordano in maniera unanime nel prevedere la rielezione di Virginio Merola. Nel “plebiscito” per Fassino e per Zedda è sfiorato, vista la presenza di un’indicazione per la candidatura del M5S a Torino e per il candidato di centro-destra a Cagliari.

Ma il dato di fondo è chiaro: in questa fase politica, il Partito Democratico, da solo o in coalizione, è ritenuto in grado di vincere in cinque delle sette città che andranno al voto, in tre casi praticamente senza avversari.

Napoli e Roma, all’interno del quadro nazionale, si distinguono, in ragione della loro storia politica recente. Nel primo caso, vi è unanimità nel ritenere che Luigi de Magistris sarà confermato dai napoletani come sindaco, sconfiggendo i candidati del PD, del centro-destra e del M5S.

A Roma, invece, è la candidata del M5S, Virginia Raggi, a essere individuata come vincente, con nove voti, contro i quattro di Roberto Giachetti. Tra questi, però, c’è un intervistato che ritiene la vittoria del candidato del PD probabile se riuscirà ad arrivare al ballottaggio – ipotesi non certa – suggerendo che, in caso contrario, potrebbe essere Virginia Raggi a salire al Campidoglio. Un altro intervistato ha preferito astenersi su Roma. Una cosa è certa, il risultato romano è il più incerto, e molto si giocherà al primo turno, quando, con ogni probabilità, si individuerà chi sarà lo sfidante di Virginia Raggi.

In nessuna città si individua una competizione tra più di due candidati. In nessuna vi sembrano essere due candidati con chance di vittoria comparabili. In ben cinque città su sette vi è un candidato nettamente favorito.

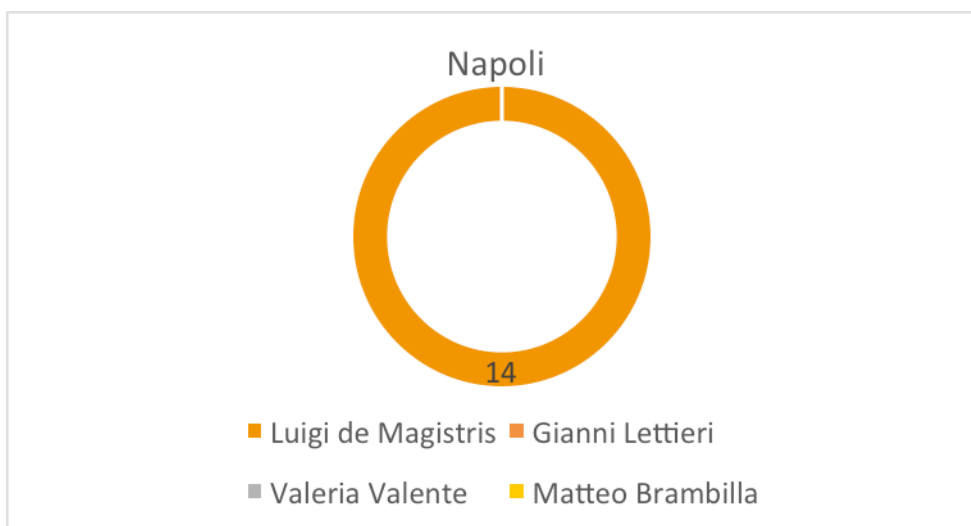
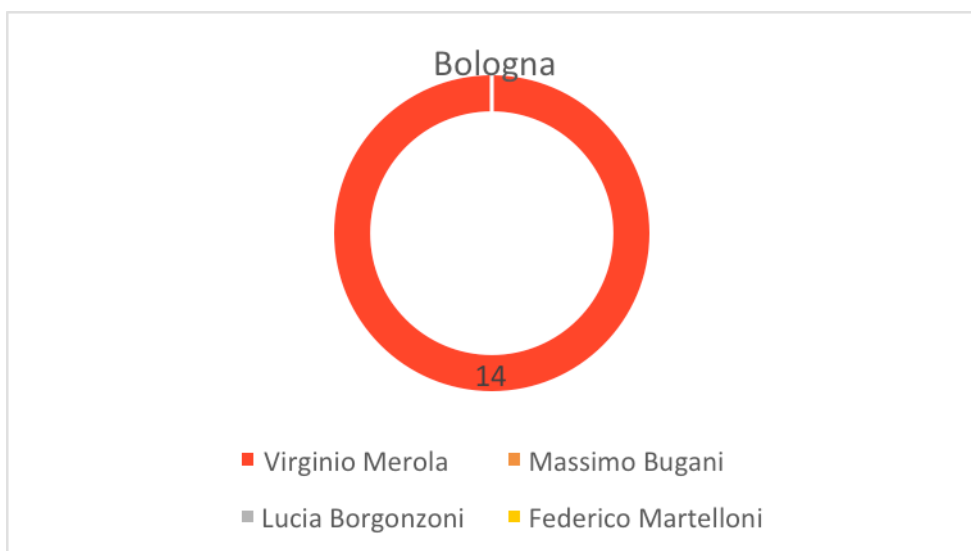
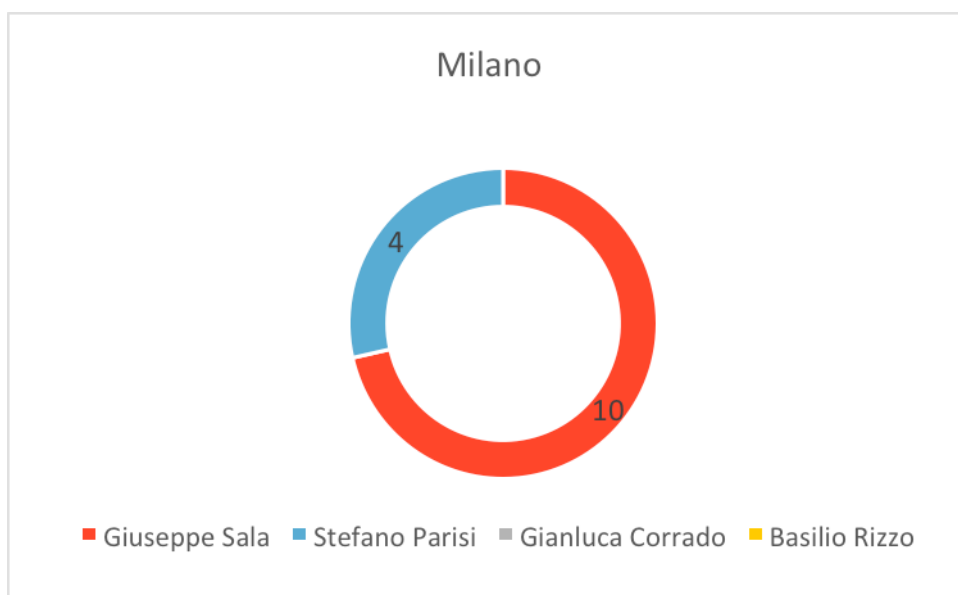
Il risultato finale, stando ai pronostici dei nostri intervistati, sarebbe di cinque città in mano al PD o al Centro-sinistra – si tratterebbe in quattro casi su cinque di riconferma del sindaco uscente. Anche a Napoli si riconfermerebbe il Sindaco uscente, in questo caso a capo di una coalizione di sinistra, alternativa al PD, mentre la Capitale, dopo le movimentate vicissitudini politiche degli ultimi anni, sarebbe governata dal M5S.

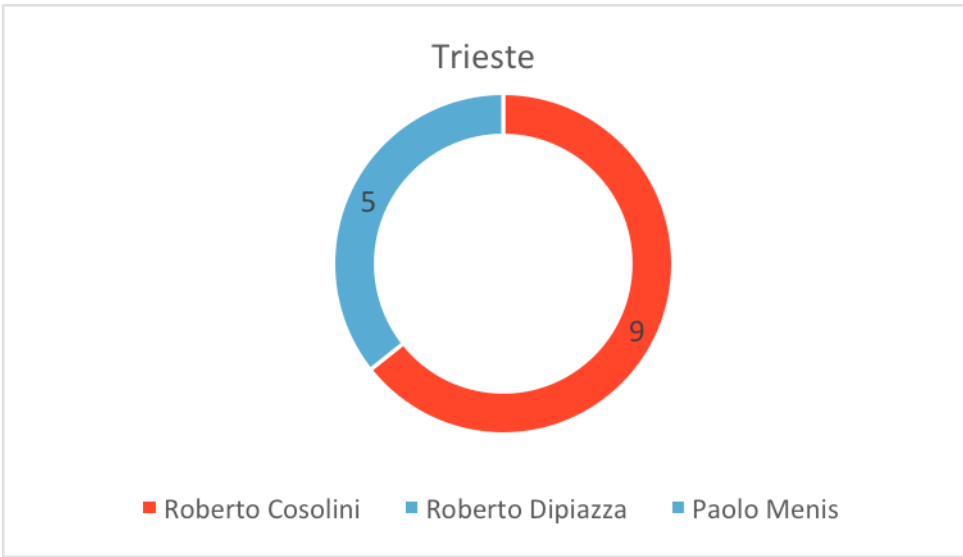
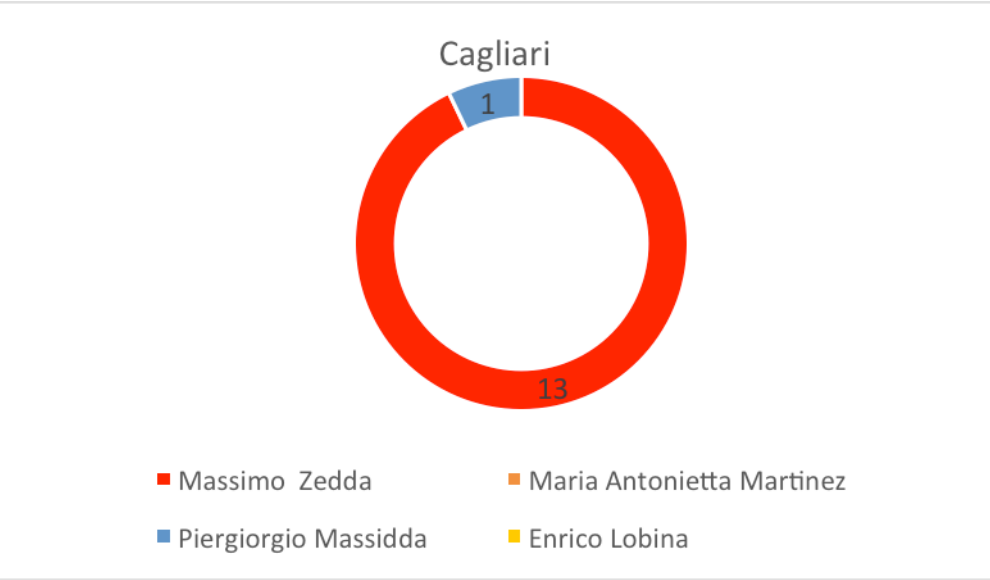
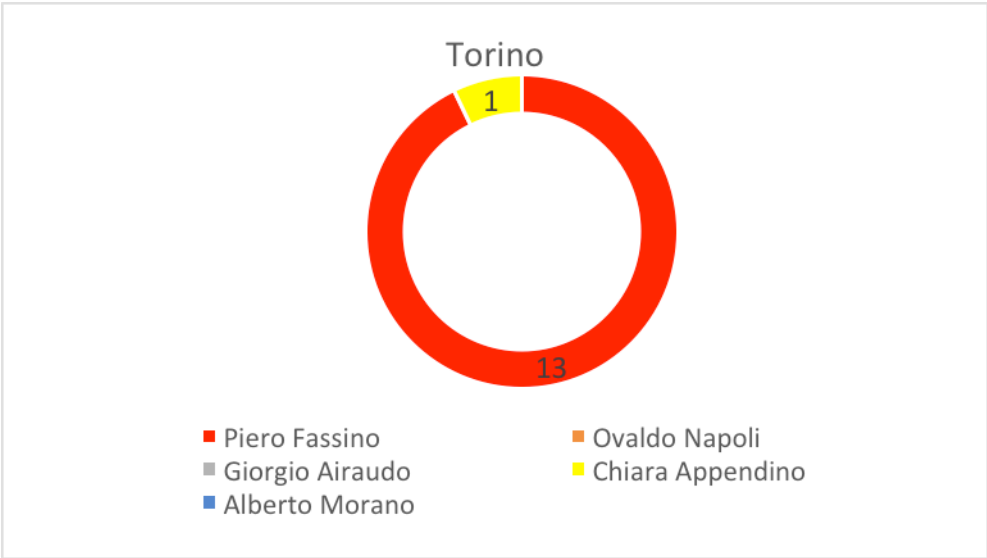
Più che la vittoria del PD, il risultato sembra potere essere letto come la percezione di una estrema debolezza dei suoi avversari, e in particolare del centro-destra, che lascerebbe così al M5S il ruolo di principale sfidante. Ma a ben vedere, anche il M5S sembra essere forte solo a Roma, mentre la riconferma di de Magistris a Napoli non sembra potere essere eventualmente letta come il segno del consolidamento di una coalizione di sinistra capace di sfidare il PD a livello nazionale.

I risultati in valori assoluti

Roma	Virginia Raggi (M5S) 9 voti	Roberto Giachetti (PD) 4 voti	Giorgia Meloni (Fdl e Lega Nord)	Alfio Marchini (Forza Italia, UdC, La Destra)	Stefano Fasina (Sinistra Italiana)	1 astenuto
Milano	Giuseppe Sala (Centro-sinistra) 10 voti	Stefano Parisi (Centro-destra) 4 voti	Gianluca Corrado (M5S)	Basilio Rizzo (Lista di Sinistra)		
Napoli	Luigi de Magistris (Liste civiche e di sinistra) 14 voti	Gianni Lettieri (Centro-destra)	Valeria Valente (PD)	Matteo Brambilla (M5S)		
Torino	Piero Fassino (PD) 13 voti	Oswaldo Napoli (Centro-destra)	Giorgio Airaudo (Sel e liste civiche)	Chiara Appendino (M5S) 1 voto	Alberto Morano (Lega Nord e Fdl)	
Bologna	Virginio Merola (PD) 14 voti	Massimo Bugani (M5S)	Lucia Borgonzoni (Centro-destra)	Federico Martelloni (Sel e liste civiche)		
Trieste	Roberto Cosolini (Centro-sinistra) 9 voti	Roberto Dipiazza (Centro-destra) 5 voti	Paolo Menis (M5S)			
Cagliari	Massimo Zedda (Centro-sinistra) 13 voti	Maria Antonietta Martinez (M5S)	Piergiorgio Massidda (Centro-destra) 1 voti	Enrico Lobina (Liste indipendentiste e di sinistra)		

I risultati città per città





Gli intervistati

Giuseppe Acocella (Università degli Studi di Napoli "Federico II" e Osservatorio sulla Legalità), Luca Alteri (Istituto di Studi Politici "S. Pio V" - Osservatorio sulla Città Globale), Francesco Anghelone (Istituto di Studi Politici "S. Pio V" - Osservatorio sul Mediterraneo), Adriano Cirulli (Università Telematica Internazionale Uninettuno e Osservatorio sulla Città Globale), Giulio Citroni (Università della Calabria), Paolo De Nardis (Sapienza Università di Roma), Antonio Florida (Dirigente della Regione Toscana e presidente Sise – Società Italiana di Studi Elettorali), Diego Forestieri (Osservatorio sulla Legalità), Alessandra Frusciantè (Università degli Studi di Napoli "Federico II" e Osservatorio sul Mediterraneo), Antonio Iodice (Presidente Istituto di Studi Politici "S. Pio V"), Matteo Pizzigallo (Università degli Studi di Napoli "Federico II" e Osservatorio sul Mediterraneo), Luca Raffini (Università degli Studi di Genova e Osservatorio sulla Città Globale), Stefano Sepe (Scuola nazionale dell'amministrazione e Osservatorio sulla Legalità), Lorenzo Viviani (Università degli Studi di Pisa).



Politiche urbane nella crisi

Torino: dalla “città fabbrica” alla “città vetrina”, passando per la “città incontro”

Luca Alteri

Istituto di Studi Politici “S. Pio V” – Osservatorio sulla Città Globale

Sentimenti ambivalenti caratterizzano le città contemporanee: alte aspettative, da parte dei cittadini, nei confronti delle amministrazioni comunali, percepite come “responsabili dirette” della vita dei suoi abitanti. D'altro canto, le città soffrono “la solitudine dei numeri primi”: con uno Stato dimagrito dalla progressiva cessione di sovranità, con un welfare costipato dalle direttive europee, con gli istituti tipici della democrazia liberale – in primis i partiti – in profonda crisi. Gli amministratori delle città sono acrobati che si lanciano senza rete di protezione: qui le norme presentano ricadute sociali immediate e non si affastellano una sopra l'altra, come capita per le leggi parlamentari. Le città, quindi, salgono e scendono nei ranking degli specialisti, nelle classifiche sul gradimento dei loro sindaci, nei più generali indici di vivibilità. Se la crisi attanaglia le metropoli dei Paesi “PIIGS”, tanto da riproporre il solito *chicken and egg problem* (sono gli Stati in bolletta che impoveriscono le loro città o è la crisi sociale di queste ultime che si riversa sull'intero Paese?), non mancano contesti urbani premiati da unanimi consensi, anche in tempi di congiuntura economica a dir poco sfavorevole. Almeno in apparenza, qualche storia urbana sembra proporre un *happy end*. È il caso di Torino, almeno ad ascoltare Piero Fassino, da cinque anni sindaco della città sabauda, da quasi tre presidente dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani, da diverso tempo indicato come uno dei primi cittadini più amati d'Italia, almeno stando ai soliti sondaggi. In attesa delle elezioni del 5 giugno che dovrebbero riconfermarlo per un secondo mandato (probabilmente passando per il ballottaggio), il convegno dal titolo “Come cambia la città” organizzato lo scorso 21 gennaio presso l'Istituto Luigi Sturzo invita il sindaco torinese, già segretario della Fgci all'inizio degli anni Settanta e ultimo segretario della Federazione comunista di Torino prima del passaggio al PDS, ad alcune riflessioni sul ruolo di sindaco nell'attuale fase politica.

Il quadro generale volge nella direzione di una progressiva attenzione verso le città, con un corrispondente aumento di responsabilità per chi le amministra: oggi tutti conoscono il proprio sindaco, mentre non è scontato che ciò avvenga con il consigliere regionale di riferimento oppure con il deputato eletto in quel collegio. La personalizzazione della politica si riversa soprattutto nella figura del sindaco che, quando vince le elezioni, prende mediamente più consensi di quelli della coalizione che lo appoggia (per Fassino ha significato un +11% rispetto alla somma dei voti delle liste in suo appoggio). Di converso, i candidati perdenti spesso hanno preso meno voti di quelli della propria coalizione.

Oggi, d'altronde, tutti vanno dal Primo Cittadino: gli operai di una fabbrica a rischio chiusura, i comitati di quartiere che vogliono scongiurare l'apertura di una discarica, il gruppo di residenti che chiede maggiore sicurezza in una determinata strada e le famiglie che lamentano il poco verde per far giocare i bambini. In ognuno di questi casi il sindaco è considerato l'inevitabile interlocutore, per quanto non abbia competenze, ad esempio, in materia di politica industriale (tanto da non poter scongiurare licenziamenti), e per quanto il soggetto istituzionale più indicato per questioni di ordine pubblico sia il questore. L'affidabilità del sindaco, d'altro canto, è certificata dal periodico sondaggio de «Il Sole 24 Ore», che riserva un gradimento superiore al cinquanta per cento ai due terzi dei sindaci delle città capoluogo. Sindaco, presidente della Repubblica e Carabinieri sono quelle istituzioni, a detta di Fassino, che riscontrano la maggiore fiducia da parte dei citta-

dini intervistati nei soliti rilevamenti di opinione. Si tratta, inoltre, di istituzioni “virtuose”: i Comuni incidono sul debito pubblico solo per il tre per cento eppure, dal 2008 a oggi, hanno subito tagli per ben 19 miliardi di euro, a causa della *spending review*. Un sacrificio “eccessivo”, a detta persino della Corte dei Conti, che rende di fatto impossibile quella maggiore autonomia degli enti locali che sarebbe, invece, improcrastinabile. L’ordinamento delle Città metropolitane volge proprio in questa direzione e intende risolvere, finalmente, il contrasto tra le grandi città e le Regioni, insoluto fin dal 1970. Anche la riforma costituzionale proposta dal governo Renzi è chiamata alla “prova delle città”, con l’istituzione di una sorta di “federalismo variabile”, nel quale il livello di *devolution* non è identico in tutte le Regioni. Uno sguardo fuori dall’Italia, d’altronde, conforta l’osservatore sull’importanza del contesto urbano: Fassino ricorda come lo sviluppo della Cina e del Brasile – giusto per fare due esempi – parta proprio dalle rispettive città e come Obama una volta al mese si riunisca con i sindaci delle prime venti città Usa.

Dal globale al locale: la seconda parte della conferenza è specifica sul caso di Torino, per molti versi emblematico di come anche la de-industrializzazione possa aprire nuove strade, anziché limitarsi a chiudere quelle vecchie. Già Factory Town, Torino è investita da un calo della manifattura che non presenta certo origini recenti, ma che è stato “subito” dagli ultimi Primi Cittadini (Valentino Castellani, Sergio Chiamparino e Piero Fassino, i primi due con un doppio mandato, il terzo fermo al primo, per il momento), tali da coprire l’intera stagione dei Nuovi Sindaci, quelli post riforma del 1993.

Per due secoli, l’Otto e il Novecento, Torino è stata il centro produttivo del Paese, ideale capitale dell’industria prima tessile, poi automobilistica. La fine dello scorso secolo, soprattutto gli ultimi due decenni, ne ha segnato un cambio improvviso e radicale: la città perde qualcosa come dieci milioni di metri quadrati di “suolo industriale”, con pesanti conseguenze anche a livello demografico. Trecentomila abitanti abbandonano Torino, probabilmente in seguito alla ridotta capacità occupazionale: la “Città Fabbrica”, con i suoi 61mila operai, non esiste più. Anche la produzione industriale, del resto, muta le sue direttrici e vede l’80% della componentistica dirigersi verso l’estero (negli anni Ottanta era solo il venti per cento), con la conseguente contrazione anche dell’indotto.

Prima ancora di piombare in una crisi economica e sociale, Torino riesce a inventarsi una nuova identità, sfruttando la lungimiranza delle aziende e delle amministrazioni che, nel tempo, avevano investito nella ricerca. Da città industriale a polo della cultura, “centro universitario” nel vero senso del termine – non solo contesto urbano dotato di università – con centomila studenti iscritti nei diversi atenei, di cui tredicimila stranieri; polo turistico, inoltre, con ben sei milioni di turisti, contro il solo milione nel non troppo lontano 2004; esempio virtuoso, infine, di città capace di mettere a valore un “grande evento”, rappresentato dalle Olimpiadi invernali del 2006. Torino come Barcellona, quindi, e non come Atene, se volessimo costruire un confronto tra due sedi olimpiche che hanno ricavato fortuna opposta dal corrispondente Grande Evento.

Oggi la competizione non è più solo tra Stati, ma anche tra città e territori, ricorda Fassino, e Torino ha deciso di accettare la sfida, puntando le sue *files* sulla cultura, con un investimento di cento milioni di euro tra fondi pubblici e privati, nella convinzione di intraprendere la strada giusta. Una scelta azzeccata, allo stato attuale: la città non è un cimitero dell’auto, ma un centro dinamico e attrattivo. Il “fantasma” di Detroit - sorta di monito per le ex città industriali – è stato respinto, mentre più congruo appare l’esempio di Pittsburgh, che pure è riuscita a trasformare l’acciaio in cultura. Non solo: adesso sarebbe assai improbabile il ripetersi di una scenetta come quella accaduta nel 1998, alla *convention* sulle candidature olimpiche svolta in Corea del Sud, quando la maggior parte dei delegati guardava incuriosita la cartina dell’Italia e si chiedeva “Where is Turin?”. Essere la capitale dell’auto, evidentemente, non garantisce, all’epoca, fama internazionale, ma attrarre studenti, turisti e risorse oggi sì, lo garantisce.

Tutto bene, quindi? Ovviamente la dimensione della conferenza con un solo relatore non si prestava alla pluralità di voci, né la tempistica ha consentito gli opportuni approfondimenti. Torino come esperimento di *social bargaining*, con gli investimenti concordati tra pubblico e privato, ha trovato evidenza empirica non solo nel caso delle Olimpiadi invernali, ma anche nella vicenda dello Juventus Stadium, esaltato apoditticamente ma meritevole di ulteriori studi, magari prendendo spunto dal contributo di Simone Tosi in questa Newsletter. Anche Torino 2006, inoltre, ha lasciato qualche nube all’orizzonte, almeno leggendo Marco Imarisio sul «Corriere della Sera» (21 dicembre 2014). Le “cattedrali nel deserto” non sono mancate neanche a queste latitudini, con l’unica accortezza di sostituire la sabbia con la neve: mai più riutilizzate le palazzine del Villaggio Olimpico, frazionate tra diverse società per “esigenze di bilancio”, ben corta la vita dei trampolini di Prigelato per lo ski jumping, che hanno riscoperto una loro utilità in altre due sole occasioni – forse era meglio una struttura provvisoria, anziché gli scheletri di cemento – e l’impianto per il biathlon di

Sansicario, costato sei milioni di euro. Scendendo dalle Alpi, si può sottolineare come gli impianti cittadini di Torino siano stati riconvertiti con maggior fortuna – per quanto l’arena dell’Oval non abbia ospitato nessun evento dopo il Salone del Libro 2011 – ma non siano esenti da dubbi e perplessità: ci stupiremmo, ad esempio, venendo a sapere degli alberghi olimpici per anni affidati in gestione, senza preoccuparsi, però di riscuotere alcun affitto. Più in generale, anche Torino 2006 ha confermato la dimensione “usa-e-getta” del Grande Evento, pure quando questo è di successo: le società che ne curano la gestione vengono liquidate dopo pochi anni, i loro bilanci rimangono chiusi in una sorta di limbo e la cittadinanza non riesce ad avere contezza del bilancio tra il dare e l’avere. Del resto, i membri dei Comitati olimpici locali, pensati *ad hoc*, hanno pronto il mantra autoassolutorio: “Il *dopo* non era di nostra competenza”.

Quel *dopo* è adesso, a distanza di dieci anni, per un anniversario che ha suggerito importanti festeggiamenti, nello scorso mese di febbraio, ma che ha suggerito anche come la storia di Torino – perlomeno la sua parte propriamente ‘memorabile’ e ‘politicalmente corretta’ – sia molto recente e risalga solo all’inizio della stagione dei Nuovi Sindaci. La Torino del passato sembra non essere mai esistita: non solo quella della Grande Fabbrica e della protesta operaia di Piazza Statuto 1962, ma anche quella che portò le giunte social-comuniste a tentare, negli anni Settanta, strade nuove per non perdere il polso di un’intera generazione. Era il 1978, nel pieno dei giorni del sequestro Moro, quando il Consiglio comunale sabauda istituì, tra i primi in Italia, il “Progetto giovani”, con il quale intendeva costruire centri di aggregazione di concerto con i comitati e i consigli di quartiere¹, provando a dialogare con le esperienze di autogestione che emergevano dalla periferia urbana. Quegli spazi di socialità si eressero a diga contro eroina e disagio giovanile, alternativa riformista e para-istituzionale al conflitto che incendiava la Fabbrica e la Città. Non riuscirono in quell’impresa, non completamente. Anni dopo Marco Revelli ne avrebbe rimpianto la scomparsa nella città che si apprestava a ospitare i già menzionati Giochi e che, per questo motivo, si de-costruiva e si ri-progettava, inseguendo spazi fluidi e Alte Velocità, con il rischio – affermava Revelli² – di passare dalla “città incontro” alla “città finzione”.

¹ Si veda in tal senso il bel saggio di Beppe De Sario, «Vankiglia s/balla». *Politiche giovanili e attivismo sociale a Torino tra anni Settanta e Ottanta*, in «Zapruder», n.38, settembre-dicembre 2015, pp. 82-94.

² M. Revelli, *Leonia, la città che si getta via*, «Carta - Cantieri sociali», n. 1, 2005, pp. 6-19.

Vogliamo stupirvi con effetti normali

Roberta Pastore

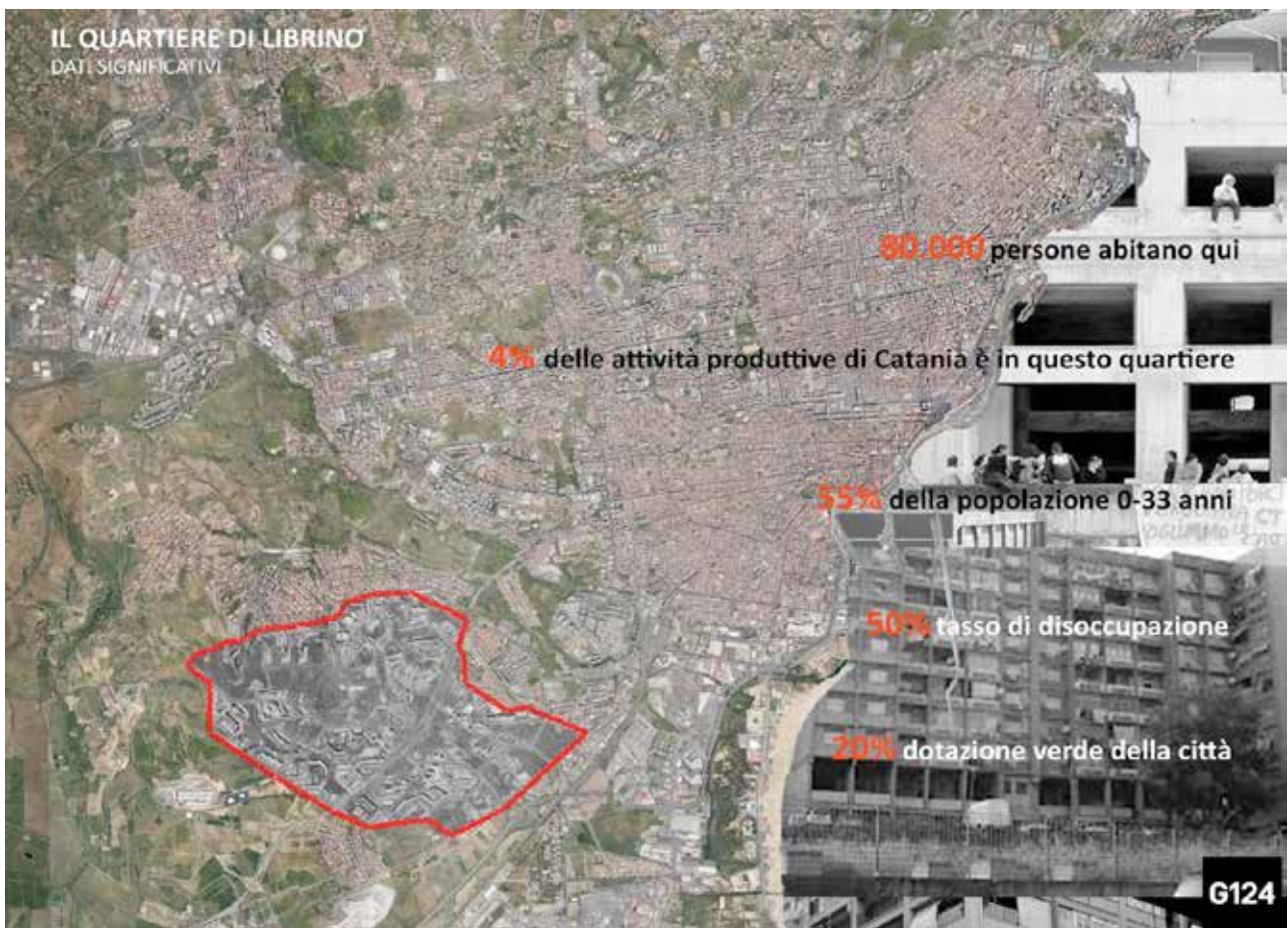
Architetto

Questo vuole essere un racconto, che parte da lontano ed arriva nel cuore di una delle più complesse periferie italiane, Librino (Catania). Un racconto di un lavoro sul campo durato poco più di un anno fatto di azioni semplici, piccole, di buon senso con un obiettivo chiaro e forse ambizioso, cioè quello di portare cen- ni di normalità in una parte di città, che normalità purtroppo non ha.

L'antefatto è il seguente: nell'estate del 2013 l'architetto Renzo Piano viene nominato Senatore a vita dall'allora presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Il ruolo da Senatore, l'architetto Piano lo sta svolgendo con il linguaggio a lui più consono, quello dell'architetto. L'architetto "prestato alla politica" ha immaginato un progetto di lungo respiro, con il gruppo di lavoro G124 (la sigla prende il nome dalla stanza assegnatagli a Palazzo Giustiniani) quello delle periferie, "la città del futuro, la città che sarà, quella che lasceremo in eredità nostri figli". Il gruppo G124 parte da qui, dalla volontà di nutrire una sensibilità pubblica e una coscienza critica sul tema delle periferie.

Ho avuto il piacere di prendere parte al primo anno di lavoro del gruppo G124, anno in cui ci siamo occupati delle periferie di tre città italiane Roma, Torino e Catania. In particolare ho lavorato a Catania, a Li- brino avendo come collega l'urbanista Roberto Corbia e come *tutor* l'architetto Mario Cucinella.

La scelta di lavorare a Catania non è casuale: avevamo la volontà di entrare nel merito delle Città Me- tropolitane e di affrontare una realtà del Sud e in particolare volevamo confrontarci con i fallimenti matura- ti dalle esperienze progettuali delle New Town, figlie dell'urbanistica folle degli anni '60-'70. Librino infatti rappresenta tristemente uno dei più drammatici fallimenti di quel periodo in cui la fiducia verso il progres- so, da una parte, ma anche la speculazione, dall'altra, hanno creato mostri urbani; paesaggi rarefatti, grigi, anonimi, privi di servizi, un susseguirsi di non-luoghi, dei veri e propri deserti di civiltà. Spazi degradati che hanno la responsabilità di influenzare i comportamenti sociali, economici e morali delle persone. Insomma, una bella sfida.



Il piano di zona di Librino fu progettato dall'architetto giapponese Kenzo Tange che aveva immaginato una città bella, efficiente, ricca di servizi, aree verdi con collegamenti continui e diretti con il cuore storico di Catania; ancora oggi - in bella mostra negli uffici della società catanese che ha curato la progettazione di ogni singola area e di ogni singolo edificio di Librino - c'è il plastico da sogno della città del futuro. Purtroppo l'utopia di allora si è trasformata in un incubo urbano che oggi è sotto ai nostri occhi. A Librino vivono oltre 70.000 persone, è quasi una città, ma senza luoghi di incontro, senza servizi essenziali; dove fino allo scorso anno non c'erano Istituti Superiori; dove la criminalità organizzata rappresenta a volte l'unica alternativa possibile per sopravvivere; dove la mobilità è garantita solo da immensi assi stradali capaci più di dividere che unire; dove c'è una grande quantità di verde (sulla carta) che nella realtà si palesa solo con fiumi di verde incolto e dove i bambini giocano tra le macerie e i detriti di un teatro mai utilizzato.

A onor del vero Librino ha diverse anime, alcune molto belle, ma quella appena descritta è così forte che purtroppo offusca tutte le altre realtà. Questa è la Librino di Viale Moncada, la periferia della periferia, un fallimento non solo progettuale ma anche sociale e politico. Una realtà molto complessa, quella di Librino, che non potevamo solo studiare su libri o vedendo qualche documentario: per lavorare bene avevamo bisogno di una conoscenza profonda e insieme epidermica, che si alimenta di passeggiate nelle strade e di confronti con i cittadini. A Librino, ci siamo fatti accompagnare da chi conosce bene i luoghi e da chi ci vive. Abbiamo investito molto tempo nel quartiere cercando di costruire una forte rete di relazioni, molte sfociate in sincere amicizie, per capire i limiti e le potenzialità del quartiere. Una lettura della città "alla Giancarlo De Carlo", capace di individuare i bisogni, le paure, i desideri di quanti vivono il quartiere. Ci siamo fatti aiutare da figure professionali diverse: in particolare abbiamo avuto il supporto dell'Università di Catania con il professor Carlo Colloca, docente di Analisi sociologica e Metodi per la progettazione del territorio, e da una giovane giornalista catanese, la dottoressa Chiara Borzì. Solo in un secondo momento ci siamo confrontati con l'Amministrazione e i tecnici; non volevamo avere filtri, non volevamo che Librino ci venisse raccontato ma l'abbiamo voluto vivere, attraversare ed ascoltare. La multidisciplinarietà e la lettura del quartiere da più punti di vista è apparsa come la base fondamentale del nostro lavoro. All'inizio abbiamo avuto uno sguardo ampio di analisi e di progetto sull'intero quartiere e in particolare sull'area più problematica, quella attraversata da Viale Moncada; cambiando punto di vista abbiamo colto opportunità nell'irrisolto del quartiere. Abbiamo dunque sviluppato un masterplan dell'area più ampia, lo abbiamo chiamato "Masterplan delle Opportunità" e in esso abbiamo individuato delle linee di azioni possibili, praticabili a breve e lungo tempo, con impegni economici sia piccoli che importanti, capaci di innescare da subito, ma con sguardo lungo, un processo di reale rigenerazione urbana che non è legata al mero un recupero edilizio, ma è un qualcosa di più profondo, che abbraccia sia la sfera ambientale che sociale. Un'opera di *riammagliamento* delle parti esistenti, in particolare tra le scuole che sono tra i pochi e coraggiosi avamposti di legalità e cultura all'interno del quartiere; soprattutto abbiamo puntato all'inserimento di nuovi spazi urbani, belli e soprattutto a misura di bambino. La complessità e l'estensione dell'area esigevano però una restrizione del campo d'azione e per individuare lo "zoom progettuale" su cui intervenire avevamo bisogno di un punto di innesco, di una scintilla. Così, come contemporanei *flâneur*, abbiamo attraversato Librino, i suoi grigi palazzi, le sue immense strade, i suoi vuoti urbani inciampando poi in storie belle, ricche di umanità e di speranza: un gruppo di ostinati volontari, i Briganti, che sottrae alla malavita organizzata i più piccoli avviandoli al rugby, e ancora una coraggiosa dirigente scolastica che cerca di portare una normalità scolastica all'interno di una scuola, la Vitaliano Brancati, che ha l'aspetto di un carcere. La storia dei Briganti ci ha colpito da subito, loro operano da anni a Librino e ritenendo fondamentale restare nel quartiere per salvare dalla strada quanti più ragazzi possibile hanno più e più volte chiesto alle varie amministrazioni di poter utilizzare una struttura sportiva abbandonata nell'area di San Teodoro a Librino. Non ricevendo risposte dalle istituzioni, il 25 aprile 2012 hanno deciso di liberare dall'incuria e dall'abbandono la palestra e l'area esterna occupando di fatto la struttura sportiva. Da lì sono partite una serie di iniziative sportive, culturali e sociali che hanno acceso una fiammella di speranza nel quartiere; in seguito, un gruppo prima esiguo poi più numeroso di anziani del quartiere ha organizzato nell'area esterna un sistema di orti, diventando così il luogo di incontro più vivo di Librino. Un paradosso, se si pensa che solo l'occupazione ad opera dei Briganti della struttura sportiva di San Teodoro, costruita per le Universiadi del 1997, inutilizzata ed abbandonata, ha consegnato agli abitanti del quartiere un diritto di spazio pubblico negato invece dalle istituzioni. Alle spalle della palestra di San Teodoro si trova la scuola Vitaliano Brancati, con le grate alle finestre perché continuamente oggetto di furti e priva di luoghi dove poter fare sport se non un piazzale assolato e triste. Saremmo partiti da

li, da San Teodoro, dove l'assenza dello Stato è stata superata dalla determinazione e dalla generosità di volontari, di insegnanti, della dirigente scolastica e degli ortolani. Abbiamo iniziato così una fase intensa di ascolto, supportati dal professor Carlo Colloca, organizzando *focus group* ed interviste, coinvolgendo persone di varia estrazione sociale e culturale, ponendo le basi per trasformare i loro bisogni e i loro desideri in un progetto concreto e condiviso. È stata un'esperienza molto bella e intensa, ma non certo facile. Un esercizio di ascolto reale che non sempre noi progettisti siamo disposti a fare. Nella palestra occupata abbiamo ascoltato storie degli abitanti di Librino, di quanti comprano casa illusi da un plastico bellissimo, di ragazzi che difendono con orgoglio il loro quartiere, di signore che lamentano l'assenza di collegamento con "Catania", intendendo in questo modo il centro, perché loro non si sentono certo cittadini di Catania. Poi, attraverso lo strumento del disegno, abbiamo chiesto ai bambini della Scuola Brancati di disegnarci la loro città desiderata.



Il passaggio successivo ci è apparso un esercizio, semmai anche banale, di confronto tra le varie parti dell'Amministrazione della città. Banale, ma non scontato, avere intorno a un unico tavolo l'amministrazione, gli uffici tecnici comunali e i cittadini interessati. Nessuno poteva scaricare le responsabilità e di competenze, tutti erano responsabilizzati. Sono stati individuati obiettivi condivisi e gli strumenti per raggiungerli. Un esercizio che oggi chiameremmo di *governance collaborativa*, ma che a me piace pensare come 'normale e sano confronto tra parti' all'interno della gestione della città. Dall'analisi dei bisogni e desideri di chi abbiamo incontrato e dalle possibili azioni perseguibili abbiamo maturato un progetto, che abbiamo discusso e modificato più volte, per renderlo realmente rispondente alla domanda di città e di socializzazione da parte dei cittadini. Siamo partiti da un'idea molto semplice, quella di collegare due strutture pubbliche carenti da sole, ma complementari insieme: da una parte una scuola senza spazi dove praticare sport e dall'altra parte un'area sportiva non utilizzata. Un nuovo collegamento di queste due aree con un spazio pubblico bello e rigenerato, a misura di bambino. Dunque, avevamo la necessità, dopo aver coinvolto fortemente le varie parti del quartiere, di lasciare un segno concreto su territo-

rio, anche minimo. Nasce allora il “Progetto baL”, che è l’acronimo di ‘buone azioni per Librino’, che ha individuato le seguenti priorità progettuali:

- 1- Sistemazione e messa in sicurezza dell’area esterna della palestra
- 2- Percorso sicuro e colorato di circa 1.000 mq per collegare la palestra alla scuola
- 3- Copertura del pergolato esterno alla palestra
- 4- Implementazione del numero degli orti con l’aggiunta di quelli didattici
- 5- Piantumazione di essenze arboree

Un progetto piccolo, se si pensa anche alla vastità e alla complessità del quartiere, ma da un forte significato simbolico, racchiuso nell’idea del “rammendo”, che rappresenta un atto di amore nei confronti della città, di ciò che già esiste e che non va buttato, ma invece recuperato, e a cui va data una nuova vita. Il rammendo certo non rappresenta la soluzione del problema delle periferie, la panacea dei mali che avvolgono la città, ma appare uno strumento fondamentale per attivare un processo di rigenerazione realmente efficace.

Abbiamo presentato il progetto alla città, abbiamo invitato a San Teodoro l’amministrazione, i cittadini, le associazioni di categoria, le scuole, l’Università, il mondo imprenditoriale e a tutti abbiamo chiesto un contributo, non economico ma in opere e forniture di materiali, per realizzare il progetto. La risposta è stata meravigliosa, il cuore grande della città di Catania ci ha commosso. Dalla grande azienda al piccolo fabbro del quartiere, dal contadino al professore universitario, dal mondo politico a quello dell’associazionismo: tutti, per quanto era nelle loro possibilità, hanno dato una mano.

I lavori sono durati diversi mesi, nella prima fase è stato realizzato l’accesso all’area sportiva e poi si è proceduti alla messa in sicurezza della scarpata esistente. La Scuola e la palestra erano finalmente collegate da un percorso di circa 250 metri che ci è apparso subito come una grande lavagna su cui realizzare un vero e proprio parco giochi a due dimensioni dove i bambini della Brancati e non solo avrebbero potuto riappropriarsi dello spazio pubblico che è sempre stato loro negato. Un’opportunità progettuale che abbiamo condiviso con 25 giovani fra grafici, architetti, ingegneri e designer, quasi tutti siciliani e alcuni proprio di Librino, coinvolti in un workshop “Giochi di Strada” che ha avuto due *step*, il primo progettuale, il secondo esecutivo e realizzativo. Il workshop organizzato con l’accademia catanese Abadir (Arts Between Architecture Design & Interdisciplinary Research), grazie alla preziosa collaborazione della direttrice, l’architetto Lucia Giuliano, e di Giorgio Laboratore, *creative designer* freelance siciliano di base a Milano, relatore e coordinatore del workshop.

Approfittando della chiusura delle scuole per le celebrazioni di Sant’Agata, patrona di Catania, abbiamo invaso l’area di san Teodoro armati di vernici, rulli e teli colorati per realizzare il progetto. Sono stati giorni intensi, belli e faticosi, il contributo di tempo e fatica è stato trasversale. Il lunedì successivo i bimbi della Brancati venendo a scuola hanno trovato colori e giochi dove solitamente c’era solo grigio e cemento. Abbiamo giocato con loro, la gioia nostra e dei bambini era esplosa, ci siamo divertiti tanto. Ho un ricordo personale che mi ha colpito molto, una bimba si avvicina sorridendo e mi dice “allora le cose possono cambiare!”, sì le cose possono cambiare, un passo alla volta, ma possono cambiare.

In quei giorni arriva anche l’assegnazione dell’area sportiva ai Briganti da parte del Comune, da occupanti sono diventati gestori dell’area esterna sportiva; gli effetti delle nuove responsabilità e il nuovo rapporto con le istituzioni sono un qualcosa che verrà valutato nel tempo, ma ritengo che il progetto sportivo e sociale che i Briganti portano avanti all’interno del quartiere sia così alto che supereranno le difficoltà, come già stanno facendo.

Il passaggio successivo, quello in cui si è potuti intervenire in maniera più strutturale, è stato realizzato dal Comune di Catania, che ha partecipato al bando per la riqualificazione delle aree degradate candidando l’area in cui noi siamo intervenuti. Questo è stato un segno di continuità e di lungimiranza che ha rafforzato ancora di più il nostro piccolo contributo alla riqualificazione del quartiere.

Sono tornata da poco a Librino.

A distanza di quasi due anni, parte del Parco “Giochi di Strada”, a causa dell’incuria dei Briganti non è più godibile; mettendo da parte il dispiacere personale per il lavoro svolto e per la passione messa da tutti noi nel realizzare i giochi, rimane - quello svolto a Librino - un percorso virtuoso, perché finalmente i Briganti e l’Amministrazione hanno iniziato a dialogare, mentre prima esisteva solo un muro contro muro continuo. I Briganti hanno iniziato a coinvolgere la Scuola Brancati nelle attività sportive, mentre prima erano

due vicini che si guardavano con sospetto. Il numero degli ortolani è aumentato e infine l'Amministrazione sta iniziando a investire molto di più nel quartiere.



L'esperienza del G124, a Catania così come nelle altre città, vuole essere un piccolo contributo al processo di rigenerazione urbana che sta prendendo piede in più parti in Italia. Forse questa è la sfida più stimolante degli ultimi tempi e il ruolo dell'architetto in questo momento risulta fondamentale. Il processo di rigenerazione, per essere reale, profondo ed efficace deve certamente coinvolgere i cittadini, che però non devono essere gli unici artefici di questo lavoro puntuale ed incessante: al contrario, ora più che mai la politica e i progettisti devono assumersi la responsabilità di incidere su questo nuovo tempo. Il tempo della cura.



Lavoro e Consumo

“Cattivi tifosi” vs. “Ricchi spettatori”. Processi di criminalizzazione e gentrificazione urbana dentro (e oltre) lo stadio

Simone Tosi

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Da almeno due decenni gli stadi europei hanno intrapreso la strada di una profonda trasformazione. Sono moltissimi i nuovi impianti sportivi costruiti negli ultimi vent'anni e non vi è stadio che in questo periodo non abbia visto rimaneggiamenti e ristrutturazioni più o meno radicali (Frank e Steets 2010). Si tratta di un processo che rimanda alle nuove condizioni strutturali e alle esigenze del calcio contemporaneo, la cui portata va bene al di là del fenomeno sportivo (Giulianotti e Robertson 2012), ma che ha radici anche nei cambiamenti in atto nel campo delle politiche urbane (Hall 2006).

La configurazione dei nuovi stadi - caratteristiche architettoniche, funzioni, modelli di fruizione in essi implementati, significati simbolici - rappresenta in modo assai efficace alcune tendenze della città liberista (Jones 2001; Harvey 2007).

Gli stadi costruiti in anni recenti presentano caratteristiche ricorrenti identificabili nel modello dello “stadio integrato di proprietà del club”. Gli elementi del modello sono essenzialmente due. Innanzitutto lo stadio non è più di proprietà pubblica - in genere dell'amministrazione comunale come nel modello classico novecentesco - ma è di proprietà dei club calcistici, che lo realizzano e lo gestiscono direttamente. Inoltre esso ospita al suo interno, accanto alle tradizionali finalità sportive, una molteplicità di funzioni accessorie come centri commerciali, cinema multisala, centri benessere, musei, tour guidati, ristoranti, aree dedicate all'intrattenimento, spazi per eventi aziendali ecc. (Palvarini e Tosi 2013).

In Europa la diffusione di stadi costruiti secondo il nuovo modello è ormai ampiamente consolidata. Tra i casi più noti molti stadi inglesi (l'Emirates Stadium dell'Arsenal a Londra, l'Anfield del Liverpool, l'Old Trafford del Manchester United) ma anche tedeschi (l'Allianz Arena del Bayern Monaco), olandesi (l'Amsterdam Arena dell'Ajax) e spagnoli (il Santiago Bernabeu di Madrid). In Italia questo modello di stadio rappresenta un'acquisizione piuttosto recente (Cacciari e Giudici 2010). Ad aprire l'era degli stadi di proprietà in Italia è stata la Reggiana che nel 1995 fu il primo club calcistico italiano ad avere uno stadio di proprietà. Nel corso della stagione calcistica 2015-2016 è stata l'Udinese a inaugurare la sua nuova struttura, mentre sono da tempo in discussione numerosi altri progetti (Roma, Fiorentina, Milan, Cagliari, Palermo, Atalanta, Napoli ecc.). Ma il caso più noto e rappresentativo di stadio integrato di proprietà in Italia è certamente quello del nuovo Juventus Stadium, attivo a Torino dal 2011.

In particolare i nuovi stadi incarnano la tendenza delle attuali politiche urbane ad incentrare molta parte del governo della città - della regolazione delle pratiche dei suoi abitanti e dell'organizzazione dei suoi spazi - intorno ai processi di consumo. Si tratta di una tendenza ben nota e ampiamente analizzata (Crewe e Beaverstock 1998; Sorkin 1992; Hannigan 1998). La sostituzione delle piazze urbane con i *mall* post moderni, la costruzione di “parchi a tema” e, in termini più generali, la produzione di spazi dedicati a *leisure* e

consumo sono da diversi decenni uno degli strumenti privilegiati delle strategie urbane nella competizione tra città per l'attrazione di risorse necessarie al suo funzionamento e sviluppo (Zukin 1998).

I nuovi stadi corrispondono in modo molto preciso a questo modello di politiche urbane. Sempre più essi sono infatti concepiti essenzialmente come spazi destinati al consumo. Certamente la funzione cardine dell'assistere alla partita di calcio rimane immutata, ma intorno ad essa si addensa una fitta corolla di proposte di consumo. Si dedica notevole spazio e attenzione alle strutture per la ristorazione, veri e propri ristoranti aperti anche indipendentemente dallo svolgersi di un match sportivo, negozi di merchandising della squadra, musei dedicati alla storia del club. Lo stadio eccede di gran lunga un mero spazio all'interno del quale assistere alla partita.

Tale centralità degli spazi per l'intrattenimento e il consumo negli stadi di nuova generazione mira ad ampliarne l'uso, rendendoli attrattivi sette giorni su sette e facendone delle efficienti *cash machine* (Zinganel 2010). I nuovi stadi incarnano così l'obiettivo di catalizzare ampie platee di persone verso forme di consumo più complesse della tradizionale fruizione della partita di calcio, facendo dell'esperienza calcistica una pratica che si intreccia in modo profondo con pratiche sociali più sovrapponibili alla pratica dello shopping che a quella del tradizionale tifo calcistico (Giulianotti 2002).

Ovviamente questi cambiamenti impattano fortemente sul tipo di pubblico cui gli stadi si rivolgono. I target cui i nuovi stadi polifunzionali mirano sono ora più legati alla loro capacità di consumo che all'identificazione con la squadra e al sostegno che sono in grado di fornirle. Il nuovo pubblico è fatto più da clienti che da tifosi (Giulianotti 2005). In questo mutato quadro i tifosi di tipo più tradizionale vedono drasticamente ridotti i loro spazi. In molti casi si è espressamente parlato di "dinamiche espulsive" del tifo popolare dallo stadio (Bazell 2011). Le esigenze commerciali dei club spingono infatti verso una più o meno esplicita politica di "gentrificazione" dei pubblici operata attraverso lo spostamento della soglia di accesso allo stadio con un innalzamento dei prezzi, che nei nuovi stadi sono sensibilmente più alti rispetto al passato. Per le nuove popolazioni vengono previsti servizi *ad hoc*, in grado da una parte di generare ricavi, dall'altra di veicolare un senso di prestigio e desiderabilità.

Anche le pratiche di tifo risultano sottoposte a progressivi processi di normalizzazione. Videosorveglianza, contrasto a forme di tifo eccentriche e controllo preventivo delle coreografie, rigida organizzazione delle procedure di accesso allo stadio (tornelli, doppie perquisizioni) e di uso degli spazi (obbligo di assistere alla partita seduti e di occupare il posto assegnato in fase di vendita), politiche di controllo e schedatura dei tifosi ("tessera del tifoso", titoli di accesso nominali ecc.) hanno da diversi anni preso piede in Italia, come nella maggior parte delle divisioni maggiori europee, a partire da un cosiddetto "modello inglese" introdotto negli anni '90 per ragioni essenzialmente di ordine securitario (Sale 2010).

Talvolta alcuni tifosi si mobilitano e provano a fare sentire le loro voci. Non amano essere schedati né apprezzano l'essere criminalizzati in modo generalizzato e indistinto, lamentano i costi spesso proibitivi di biglietti e abbonamenti e criticano la rigidità con cui ogni aspetto del loro sostegno alla squadra tende ad essere regolato. I tifosi del Liverpool hanno recentemente lasciato l'Anfield al 77esimo minuto della partita contro il Sunderland per protesta contro la scelta del club di portare a 77 sterline il costo del biglietto più economico.

Possiamo certamente lasciare i tifosi ai loro problemi. In fondo il calcio non è che un gioco. E di molti tifosi leggiamo tali nefandezze ogni lunedì che non ci sembra il caso di accalorarci per le loro cause. Tuttavia, come abbiamo detto all'inizio di questa breve riflessione, ciò che avviene dentro e intorno agli stadi racconta di tendenze ben più generali.

I processi di *gentrification* che stanno cambiando il pubblico in molti stadi moderni sono ampiamente assimilabili a più ampi processi di gentrificazione urbana. Si tratta infatti di processi che si muovono secondo le medesime coordinate normative e attraverso i medesimi meccanismi che organizzano la cosiddetta "revanchist city" (Smith 2002), cioè una città nella quale le politiche urbane dispiegano effetti segregativi ed escludenti, orientati a una selezione delle popolazioni urbane legittime secondo criteri di censo e/o di

“decoro” (MacLeod e Jones 2011). La città securitaria, coerente con le filosofie di “tolleranza zero” in voga a partire dagli ultimi decenni del secolo scorso, è incentrata su una rappresentazione del concetto di decoro che implica la stigmatizzazione di migranti, mendicanti, “nomadi”, prostitute, “tossici” e ogni categoria che non rappresenti l’ideale del “buon consumatore”. I gruppi stigmatizzati sono sistematicamente – con alterni esiti in termini di efficacia – allontanati dagli spazi urbani (Pitch 2013).

Lo stadio è dunque solo uno dei molti luoghi che sempre più vedono affermarsi una forte normalizzazione e una vocazione commerciale, in un processo ben più ampio e generalizzato di mercificazione dello spazio pubblico riscontrabile in molte aree della maggior parte delle città contemporanee.

Bibliografia

Bazell M., *Il modello inglese e l’anima persa del calcio*, Elettica, Massa 2011.

Cacciari S., Giudici L., *Stadio Italia. I conflitti del calcio moderno*, Firenze, La casa Usher, Firenze 2010.

Crewe L., Beaverstock J., *Fashioning the city: Cultures of consumption in contemporary urban spaces*, «Geoforum», 29 (3), 1998, pp. 287–308.

Frank S., Steets S. (eds.), *Stadium Worlds. Football Space and the Built Environment*, Routledge, London and New York 2010.

Giulianotti R., *Supporters, followers, fans, and flaneurs: A taxonomy of spectator identities in football*, «Journal of Sport and Social Issues», 26 (1), 2002, pp. 25-46.

Giulianotti R., *Sport spectators and the social consequences of commodification: Critical perspectives from Scottish football*, «Journal of Sport and Social Issues», 29(4), 2005, pp. 386-410.

Giulianotti R., Robertson R., *Mapping the global football field: a sociological model of transnational forces within the world game*, «The British Journal of Sociology», 63, 2, 2012, pp. 216-240.

Hall C. M., *Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: The thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism*, «The Sociological Review», 54, 2006, pp. 59-70.

Hannigan J., *Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*, Routledge, New York 1998.

Harvey D., *Neoliberalism and the City*, «Studies in Social Justice», Volume 1, Number 1, 2007, pp. 2-13.

Jones C., *A Level Playing Field? Sports Stadium Infrastructure and Urban Development in the United Kingdom*, «Environment and Planning A», 33 (5), 2001, pp. 845-861.

MacLeod G., Jones M., *Renewing urban politics*, «Urban Studies», 48 (12), 2011, pp. 2443-2472.

Palvarini P., Tosi S., *Globalisation, stadiums and the consumerist city. The case of the new Juventus stadium in Turin*, «EJSS – European Journal for Sport and Society», 2013, pp. 161-180.

Pitch T., *Contro il decoro. L’uso politico della pubblica decenza*, Laterza, Bari – Roma 2013.

Sale A., *Etnografia di uno spazio conteso. L’ordine pubblico negli stadi tra Italia e Gran Bretagna*, «Etnografia e ricerca qualitativa», n. 1, 2010, pp. 61-84.

Smith N., *New globalism, new urbanism: Gentrification as global urban strategy*, «Antipode», 34 (3), 2002, pp. 427-450.

Sorkin M., *Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space*, Noonday Press, New York 1992.

Zinganel, M., *The Stadium as Cash Machine*, in F. Sybille e S. Steets (eds), *Stadium Worlds. Football Space and the Built Environment*, Routledge, London e New York, 2010, pp. 77-97.

Zukin, S., *Urban lifestyles: Diversity and standardisation in spaces of consumption*, «Urban Studies», 35 (5), 1998, pp. 825-839.

Gli spazi di coworking tra cambiamenti del lavoro e trasformazioni urbane

Adriano Cirulli

Università Telematica Internazionale Uninettuno - Osservatorio sulla Città Globale

Un fenomeno che ultimamente sta interessando in misura crescente molte città italiane è quello della diffusione degli spazi di *coworking*. In termini generali i coworking sono degli spazi che mettono a disposizione, prevalentemente a pagamento, delle postazioni dotate di connessione internet dove degli utenti, occasionali o fissi, possono svolgere il loro lavoro. Al di là delle caratteristiche presenti in questa definizione minima, nella realtà, in molti casi, gli spazi di coworking non si configurano semplicemente come luoghi dove si forniscono “scrivanie in affitto”, ma rappresentano un fenomeno molto più ricco e complesso che si collega ad alcune importanti trasformazioni che stanno interessando le società contemporanee e che pertanto li rendono un interessante oggetto di analisi e riflessione per le scienze sociali.

Alcune di queste trasformazioni, soprattutto rispetto all'organizzazione del lavoro, si sono concretizzate in primo luogo nel contesto nordamericano, e non a caso il fenomeno del coworking si è iniziato a svilupparsi proprio in America del Nord a partire dalla metà degli anni 2000, per poi iniziare a diffondersi anche in altri contesti. In Italia il fenomeno ha iniziato ad assumere una certa rilevanza negli ultimi 2-3 anni. Pur mancando un censimento dettagliato, nel nostro Paese il numero di spazi di coworking ha ormai abbondantemente superato le cento unità, con una maggiore concentrazione nelle principali città del Centro e del Nord (Milano e Roma in particolare), ma con l'affermazione di diverse esperienze con tendenza al consolidamento anche in città del Sud¹.

Il primo ad utilizzare il termine coworking per descrivere un luogo e una modalità di lavoro è stato Brad Neuberg, ingegnere informatico che nel 2005 ha fondato a San Francisco lo spazio di coworking *Hat Factory*.

Di solito la società ci obbliga a scegliere fra lavorare a casa in proprio o lavorare in ufficio per una compagnia. Se lavoriamo per una compagnia in modo tradizionale, dalle 9.00 alle 17.00, abbiamo comunità e struttura, ma perdiamo la libertà e la possibilità di controllare le nostre vite. Se lavoriamo in proprio a casa, guadagniamo indipendenza, ma soffriamo la solitudine e siamo soggetti a quelle cattive abitudini che derivano dal non essere circondati da una comunità lavorativa. Il coworking è una soluzione a questo problema. Con il coworking, scrittori, programmatori e creatori indipendenti si trovano insieme in comunità alcuni giorni alla settimana. Il coworking ti dà l'ufficio tipico del classico lavoro per un'azienda, ma in un modo assolutamente unico².

Una prima dimensione di analisi necessaria ad inquadrare il fenomeno coworking riguarda le trasformazioni avvenute nel mondo del lavoro nelle società a capitalismo avanzato, sia in termini generali, con la progressiva individualizzazione dei rapporti di lavoro che ha interessato la gran parte delle figure produttive (genericamente inclusi nella categoria “freelance”), sia, in termini più specifici, con l'affermazione di nuove figure professionali legate alla “rivoluzione digitale” e all'impatto delle nuove tecnologie della comunicazione (programmatori, web designer, start up ecc.)³. Gli spazi di coworking forniscono una risposta tanto alle esigenze logistiche e funzionali, tanto a quelle più sociali e relazionali collegate alla crescente individualizzazione del lavoro e all'affermazione delle nuove figure professionali dell'universo digitale. Da un lato, infatti, questi spazi forniscono a costi contenuti l'infrastruttura necessaria (connessione internet, attrezzatura da ufficio, spazi per accogliere e incontrare i clienti, ecc.) per lo svolgimento della propria attività lavorativa a figure professionali che non possono permettersi individualmente i costi di mantenimento di un ufficio privato o che hanno la necessità di muoversi tra diverse città. Dall'altro lato la condivisione dello stesso spazio di coworking può facilitare la creazione di una rete di condivisione e solidarietà, e di una sorta di “comunità” più o meno solida di co-worker, bilanciando la tendenza alla frammentazione e individualizzazione che caratterizza ampi ambiti del lavoro nelle società attuali.

Una seconda dimensione analitica dell'affermarsi di questo fenomeno, è legata alle trasformazioni urbane che interessano le città nella ridefinizione del capitalismo a scala globale. In particolare, gli spazi di

¹ <http://coworkingitalia.org/>

² D. Jones, T. Sundsted, T. Bacigalupo, *I'm Outta Here! How Coworking Is Making the Office Obsolete*, Not an MBA Press, Austin 2009, p. 9.

³ G. Allegri, R. Ciccarelli, *Il Quinto Stato*, Ponte alle Grazie, Milano 2013.

coworking, spesso in combinazione con altre esperienze di *sharing economy*, rappresentano un esempio di esperienze di innovazione sociale⁴, frutto tanto di iniziative promosse dal basso dalla cittadinanza, quanto di strategie perseguite dagli attori della governance urbana⁵ per cercare di ridefinire la città e renderla attrattiva ai flussi di capitale globale⁶.

L'affermazione delle esperienze di coworking, così come, più in generale, la diffusione di esperienze di innovazione sociale e di *sharing economy*, comporta però anche degli aspetti critici e problematici che pongono importanti interrogativi agli analisti e osservatori attenti alle trasformazioni sociali in atto nelle città globali. Ad esempio, per quanto riguarda il rapporto con le trasformazioni in atto nel mondo del lavoro: gli spazi di coworking rappresentano un caso di costruzione di nuove identità collettive o addirittura di potenziale nuovo mutualismo tra i freelance (o comunque tra le diverse figure lavorative individualizzate) o, invece, la dimensione di costruzione di comunità e di legami sociali in realtà rimane relegata solo ad alcune esperienze isolate? E, per quanto riguarda la dimensione più legata alle trasformazioni urbane: quanto la creazione di spazi di coworking rappresenta un esempio di innovazione sociale urbana promossa "dal basso", e in particolare dai gruppi sociali più fragili per riappropriarsi di risorse, e quanto invece, anche al di là delle volontà dei suoi promotori, finisce per essere inglobato nel processo di neoliberalizzazione a livello urbano, e dei collegati processi di esclusione⁷?

Riferimenti bibliografici

Allegri G., Ciccarelli R., *Il Quinto Stato*, Ponte alle Grazie, Milano 2013.

Forlano F., *Building the Open Source City: Changing Work Environments for Collaboration and Innovation*, in M. Forth, L. Forlano, (a cura di), *From Social Butterfly to Engaged Citizen: Urban Informatics, Social Media, Ubiquitous Computing, and Mobile Technology to Support Citizen Engagement*, The MIT Press, Cambridge 2011, pp. 437-360.

Jakob J., *Constructing the creative neighborhood: Hopes and limitations of creative city policies in Berlin*, in «City, Culture and Society», 1, 2010, pp. 193–198

Jones D., Sundsted T., Bacigalupo T., *I'm Outta Here! How Coworking Is Making the Office Obsolete*, Not an MBA Press, Austin 2009.

Morriset B., *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*, 2013, testo disponibile alla pagina web <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075>

Nello O., *La ciudad en movimiento*, Díaz & Pons, Barcelona 2015.

Ponzini D., Rossi U., *Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance*, «Urban Studies», 47, 2010, pp. 1037–1057.

Scott A. J., *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford 2008.

Vivant E., *Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city*, in «City, Culture and Society», 4, 2013, pp. 57–63.

⁴ O. Nello, *La ciudad en movimiento*, Díaz & Pons, Barcelona 2015.

⁵ D. Ponzini, U. Rossi, *Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance*, «Urban Studies», 47, 2010, pp. 1037–1057.

⁶ L. Forlano, *Building the Open Source City: Changing Work Environments for Collaboration and Innovation*, in M. Forth, L. Forlano, (a cura di), *From Social Butterfly to Engaged Citizen: Urban Informatics, Social Media, Ubiquitous Computing, and Mobile Technology to Support Citizen Engagement*, The MIT Press, Cambridge 2011, pp. 437-360; A. J. Scott, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford 2008; B. Morriest, *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*, 2013, testo disponibile alla pagina web <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075>.

⁷ E. Vivant, *Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city*, in «City, Culture and Society», 4, 2013, pp. 57–63; D. Jakob, *Constructing the creative neighborhood: Hopes and limitations of creative city policies in Berlin*, in «City, Culture and Society», 1, 2010, pp. 193–198.



Lavoro e Consumo

Il City Branding. Tra narrazione e marketing

Luca Raffini

Università degli Studi di Genova - Osservatorio sulla Città Globale

The object of City Branding is not the city itself, but its image (Kavaratzis 2004)

Le città, nella società globale, sono chiamate ad affermare una propria identità, che le renda riconoscibili e appetibili, in uno scenario di competizione con le altre città globali. Alla stregua di prodotti in vendita in mercati altamente competitivi, a determinare le chance di successo di una città è la capacità di definire una propria vocazione, di dotarsi di infrastrutture adeguate, ma anche di sapersi ben “comunicare” e “vendere”, per attrarre turisti, investitori, “users”.

Tutto ciò è riassunto nel concetto di “City Branding” - variante del Nation Branding e del Region Branding - concetti che indicano la capacità di un territorio di presentarsi al mondo con una identità forte, immediatamente riconoscibile, unica. Il City Branding è, dunque, una strategia di marketing urbano, il cui obiettivo è costruire e trasmettere una reputazione, un legame emotivo con una città, comunicarla come un luogo interessante, accogliente, appagante, vivibile, desiderabile (misterioso, solare, caldo, passionale, romantico, divertente, trasgressivo, creativo, a seconda della città). Ultima frontiera della programmazione strategica, il City Branding chiama autorità locali, imprese, università, residenti, alla costruzione e alla narrazione di un senso del luogo condiviso¹. La costruzione di una strategia di marketing urbano, spesso, trova impulso nella realizzazione di un grande evento (Olimpiadi, Mondiali di calcio, Expo, ecc), che rappresenta l’occasione per rilanciare l’immagine della città, oltre che per trasformarne il volto, sul piano infrastrutturale e dell’offerta culturale.

Il quotidiano inglese «The Guardian» ha realizzato una classifica delle città globali, in base alla forza del loro brand², ovvero alla capacità delle città di valorizzare i loro asset. Questa speciale classifica è guidata da Los Angeles, New York e Londra, seguite da Parigi, Seoul e Barcellona. Le città italiane compaiono ai margini della classifica, penalizzate da una debole capacità di trasmettere un’immagine dinamica e attrattiva, al di là del patrimonio storico-artistico, mentre città come Berlino devono la propria fama proprio alla spiccata capacità di branding. Altre classifiche, come il City Brand Index, collocano nelle prime cinque posizioni Sidney, Londra, Parigi, New York e Roma. Una indagine realizzata da Saffran Consultants conferma che le città europee con il City Brand più forte sono Parigi e Londra, seguite da Berlino, Barcellona e Amsterdam.

Tra gli elementi che si pongono al centro del City Branding vi è l’individuazione di un logo, capace di sintetizzare e trasmettere in forma immediata l’identità della città e di promuoverla nel mondo. Da non confondersi con il simbolo, il vessillo storico della città, la creazione di un logo completa la trasformazione della città in un vero e proprio prodotto commerciale, utilizzabile a fini di promozione turistica e nelle operazioni di marketing, riservando allo stemma una funzione di tipo istituzionale. Il logo deve essere moderno e

¹ <http://www.cittalia.it/index.php/item/5623-citylogo-genova-e-le-citta-europee-tra-city-branding-e-marketing-urbano>.

² <http://www.theguardian.com/cities/datablog/2014/may/06/world-cities-most-powerful-brands-get-the-data>.

immediato. Come avviene per i brand commerciali, deve riuscire ad evocare la città a chi lo guarda, rimandando in forma immediata al senso di un luogo, alla sua identità, ai suoi valori (Zenker e Braun, 2010).

Ciò significa che la città compie la trasformazione in bene di consumo da vendere sul mercato, al pari di una barretta di cioccolata, una marca di computer, una compagnia telefonica, una grande catena di vestiti? Roberto Grandi, Professore ordinario di Comunicazione di Massa e di Comunicazione Pubblica presso l'Università di Bologna, risponde di no: "la costruzione di un brand di una città non è una questione di marketing classico ma di storytelling: bisogna individuare le figure, i colori, le sensazioni per raccontare la storia di una città"³. A questa affermazione potremmo rispondere che anche i più popolari brand globali, da Apple a Coca Cola, da Nutella a Nike, non fondano il loro prestigio solo sulla qualità di un prodotto ma sulla capacità di associare il proprio brand a uno stile dei vita, di costruire narrazioni che stabiliscono con il cliente un legame simbolico e affettivo. E cosa, più di una città, è associato ad uno stile di vita?

Secondo Simon Anholt, consigliere politico indipendente e tra i massimi esperti mondiali di City branding, i visitatori reagiscono, davanti all'immagine di una città proprio allo stesso modo in cui reagiscono di fronte alla visione di un brand commerciale. A partire da questa premessa, un brand urbano efficace e ben riconoscibile si caratterizza per sei dimensioni: la presenza (grado e motivo della popolarità); il luogo (aspetto esteriore della città); il potenziale a disposizione di visitatori, aziende ed emigrati; il ritmo (vitalità culturale); le persone (accoglienza, integrazione, sicurezza); i prerequisiti (percezione generale della città). L'individuazione di tali caratteristiche non è un lavoro semplice, così come non lo è la loro trasposizione in un logo, che sappia sintetizzarli e restituirli in modo semplice e diretto. Proprio per questo, è sempre più diffuso precedere l'individuazione del logo - tramite bando pubblico aperto - con il ricorso a un ampio processo di coinvolgimento di cittadini e visitatori, in forme più o meno strutturate di partecipazione, il cui obiettivo è ricostruire le immagini, i valori, le emozioni, associate ad una città.

Fig. 1. Il City Brand Hexagon di Simon Anholt



Alla radice del fenomeno vi è il brand cittadino per eccellenza, quello di New York, che si riassume nella celebre formula "I love N.Y.", con la parola "love" rappresentata da un cuore stilizzato. Il celebre simbolo di New York, onnipresente in poster, adesivi, magliette e calamite da frigorifero, nasce nel 1976, quando il Department of Commerce di New York affida tale compito al designer Milton Glaser. New York, del resto, è la città simbolo della post-modernità, del simulacro, dello skyline segnato dai grattacieli, di Andy Warhol e della Pop-Art, che eleva ad arte l'etichetta della zuppa di fagioli Campbell. Ha senso esportare la strategia di branding, felicemente realizzata a New York, in contesti pregni di storia e in città caratterizzate da simboli antichi e universalmente riconosciuti, come Parigi, Londra, Roma? Che valore aggiuntivo apporta un nuovo brand, rispetto all'immagine del Bing Bang, della Torre Eiffel o del Colosseo? La risposta universalmente data è evidentemente positiva, dal momento che non c'è ormai città che non si sia dotata di un proprio logo. Sempre più, anche città medio-piccole ricorrono al City Branding, per presentarsi sullo scenario globale affermando una propria vocazione.

³<http://www.forumpa.it/citta-e-territorio/il-brand-di-una-citta-non-e-un-logo>.

Il tratto comune dei loghi utilizzati nelle diverse città (vedi fig. 2) è il ricorso al nome della città, spesso con due colori (il rosso è nettamente prevalente), con l'aggiunta di un riferimento emozionale al rapporto stabilito tra il visitatore e la città ("la tua città", io sono la città). In alcuni casi ci si affida ad un gioco di parole, per esempio con Madrid - Mad about you - o con Copenhagen - Open. Salvo rare eccezioni, i riferimenti alla specificità di luogo sono assenti, e i riferimenti al modello di riferimento, il logo di New York, evidenti.

Figura 2: Alcuni City Brand



A livello Europeo, un'importante iniziativa in tal senso, realizzata nella cornice di UrbAct, è CityLogo. CityLogo è un progetto di City Brand Management rivolto alle città europee che, a fronte della crisi economica che ne ha fortemente intaccato il tessuto economico di tipo industriale, sono impegnate in un progetto di ricollocazione sullo scenario europeo e internazionale. Partendo dal presupposto che questo tipo di processo si limita spesso a una operazione di "labelling", con "una scarsa connessione empatica con le comunità locali"⁴, il progetto lega il City Branding a un ampio processo di coinvolgimenti di cittadini e stakeholders,

⁴ "CityLogo is a network on Innovative Place-Brand Management that has been launched as a reaction to the most common gaps in the way cities and regions address branding and marketing. The rationale is that city-branding should

a partire dal quale realizzare un bando, aperto a creativi, designer, architetti. Le città partner del progetto sono Coimbra, Saragozza, Alba Iulia, Varsavia, Vilnius, Aarhus, Oslo, Dundee e Genova.

Il nuovo logo della città di Genova, scaturito da questo tipo di percorso, ha come caratteristica distintiva il taglio dei caratteri, a significare la pluralità di sfaccettature di Genova, che si rivelano a poco a poco. Anche a Bologna il nuovo logo è frutto di un processo partecipativo, che ha coinvolto abitanti, residenti stranieri, integrato da una *content analysis* sul web, finalizzata a individuare le parole più usualmente associate alla città. Ne emerge un logo co-generato, che ognuno può personalizzare.

Fig. 3. I City Brand di Genova e di Bologna



Nel caso di Roma e di Milano si è scelto di affiancare al logo istituzionale un logo con funzione maggiormente "relazionale", immediatamente comunicabile, ma che al tempo stesso riprende ampiamente colori e stile grafico del simbolo ufficiale.

Fig. 4. City Brand e Simboli di Milano e Roma



Infine, ci sono casi in cui il concorso internazionale per la selezione di un nuovo brand cittadino si è concluso nelle polemiche, a fronte di un brand percepito come estraneo alla città, interscambiabile con quello di altre città, privo della carica simbolica che caratterizza il simbolo istituzionale. È il caso di Firenze, in cui, per di più, il logo prescelto è accusato di somigliare eccessivamente a quello di un'altra città: Praga.

be embedded in broader and participatory processes of re-thinking urban identities to be then filtered by urban-driven communication codes, resulting in more powerful brand-toolkits. In addition, more effective formulas for stakeholder involvement and management should be widely promoted. A multi-dimensional task fed by different perspectives and local agents, with a clear strategic scope. In short, a true exercise of integrated urban management": <http://urbact.eu/citylogo>.

Fig. 5: City Brand e simbolo di Firenze



Quali gli indicatori di successo di un City Brand? Quando turisti, visitatori e *city users* si recano ai punti vendita di souvenir e gadgets, nel centro della città e negli aeroporti, e acquistano magliette, tazze, poster con il City Brand, portandolo in giro per il mondo. Perché, al pari di un brand commerciale, quando ciò avviene significa che il brand è ritenuto prestigioso. In fin dei conti, si tratta di un fenomeno in parte anticipato dal Marchio Hard Rock Café: un brand globale, che in ristoranti sostanzialmente identici in tutto il mondo, vende magliette standardizzate, con il brand del ristorante accompagnato dalla scritta “Amsterdam”, “Paris”, “London”. La città che diventa un brand rischia di mettere in secondo piano la città stessa, con i suoi abitanti, le sue tradizioni, le sue specificità, i suoi modi di vivere. Di sostituirli con simulacri di tradizioni, un po’ come i finti balletti folcloristici messi in scena ad uso e costume dei turisti, che pensano di trovarsi di fronte alla “vita reale” degli indigeni, che in realtà recitano una parte. Naturalmente, non è detto che sia così. Il City Branding non implica necessariamente omologazione e commercializzazione, e, se ben pensato, può porsi al centro di un strategia di narrazione dinamica di una città, che valorizza la sua identità storica e al tempo stesso di propone come un organismo in continua evoluzione. In fondo è proprio questo processo di continuità nel mutamento che definisce il carattere contemporaneo di una città, che si rifiuta di essere “venduta” come museo a cielo aperto, e al tempo stesso di diventare un “divertimentificio”, spogliandosi della sua identità di luogo, laddove i due rischi rappresentano i due lati di una stessa medaglia, che ha tra i suoi effetti quello di allontanare dalla città i suoi abitanti e di svuotarla di vita, rendendola un organismo morto.

Il City Branding, in definitiva, può potenzialmente rappresentare un’interessante occasione per realizzare una narrazione collettiva della città. Ma il confine tra narrazione e marketing (inteso nella sua forma meno nobile) è sempre molto labile. E il rischio di McDonaldizzazione⁵ sempre in agguato.

Fig. 6: Minsk, McDonald e Pesaro



⁵ G. Ritzer, *Il mondo alla McDonald*, il Mulino, Bologna 1997.

Sicurezza e paure urbane, caso di studio nella città di Torino

Raffaella Gaudio, TIM - Sviluppo canale Consumer

Adriano Cirulli, Osservatorio sulle città globali

Le certezze? Sempre più un'incertezza. Non ci sorprendiamo più nel vedere come il passaggio ad una società globalizzata ci abbia condotti verso una deregolamentazione ed elasticizzazione dei rapporti sociali. Viviamo in una società che tende sempre più a liquefarsi¹, una società in cui gli spazi sono sempre più frammentati²; mentre viviamo in realtà urbane in cui le paure e le insicurezze tendono ad essere più che mai solide, concrete e ben definite nella loro costruzione, amplificazione e manifestazione.

È in questo quadro analitico che si inserisce una ricerca sulla percezione dell'insicurezza urbana realizzata nella città di Torino³. Una ricerca che aveva come obiettivo quello di verificare la sensazione di insicurezza e di paura nelle sue declinazioni percettive e l'incidenza della criminalità nel contesto urbano di riferimento.

I dati sulla criminalità relativi alla città di Torino⁴, negli ultimi due anni, sono pressoché stabili. Eppure nei torinesi il timore di restare vittima di un crimine è risultato piuttosto alto, sebbene non sia presente un evidente incremento del crimine cittadino. Anche la percezione generale di quanto la criminalità sia aumentata negli ultimi due anni risulta piuttosto elezione, infatti il 56% del campione la considera in aumento. Questo conferma come la percezione di paura segua un andamento autonomo rispetto alla reale tendenza di criminalità. La paura è qualcosa che si autoalimenta e prende forma in modo indipendente, perché tanti sono gli impulsi a cui siamo sottoposti e che giorno per giorno riceviamo.

Pensiamo agli effetti dell'esposizione mediatica attraverso la stampa, la televisione o, nell'era digitale in cui viviamo, il web. La trattazione della notizia e la sua rappresentazione è spesso frutto di omissioni o di enfattizzazioni di dettagli rispetto a come i fatti siano realmente accaduti, trasferendo al pubblico la notizia in maniera distorta. Sempre più frequentemente i media trattano la notizia inserendo elementi di spettacolarizzazione, provocando un diffuso senso di ansietà e allarmismo. Il rischio di questa scelta comunicativa è quello di indurre le persone a vivere gli avvenimenti con una gravità non realistica, vedendo i fatti peggiori e più gravi di come siano realmente. Pertanto, in questo contesto si può richiamare il noto teorema di Thomas, secondo cui se una situazione viene definita reale, tali saranno le sue conseguenze. L'influenza dei media è enorme, e la loro capacità di persuasione parimenti rilevante. Uno degli obiettivi che la ricerca empirica su Torino si è posta è proprio verificare la percezione dell'influenza da parte dei media sulla paura e insicurezza. Un dato significativo che emerge dalle risposte fornite dal campione oggetto di indagine è l'emergere di una certa diffidenza circa la veridicità delle informazioni fornite dai telegiornali. A

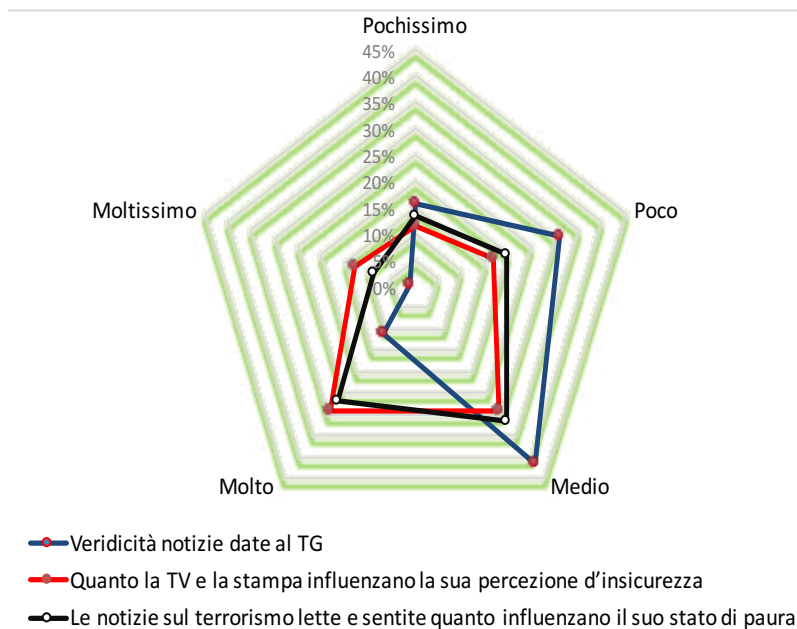
¹ Z. Bauman, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari 2011.

² Per 'processo di frammentazione degli spazi' Anthony Giddens intende lo *stretching* o 'stiramento' degli stessi all'interno dei quali si creano le specializzazioni spaziali: spazi di lavoro, di svago, di cultura, di consumo e così via. Cfr. A. Giddens, *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna 1994.

³ La ricerca a cui si fa riferimento (2016) è parte del lavoro di una tesi sperimentale in Sociologia del territorio e comunicazione ambientale, dal titolo "Sicurezza e paure urbane. Percezione e realtà: studio sulla città di Torino" discussa al termine del corso di Laurea in Media, Comunicazione e Pubblicità della Facoltà di Scienze della comunicazione, Università Telematica Internazionale Uninettuno. La ricerca è stata condotta su un campione di 184 cittadini (>14 anni) attraverso l'auto-somministrazione in forma mista (per metà cartacea e per metà on-line) di un questionario di 39 quesiti sul tema criminalità, paura e insicurezze urbane. Il periodo temporale di raccolta dati è stato di circa due settimane (5-22 febbraio 2016). La ricerca è stata effettuata anche grazie al contributo della Prefettura di Torino, che ha fornito i dati necessari per ricerca di sfondo.

⁴ Il crimine a cui facciamo riferimento è quello predatorio, ossia lo scippo, il borseggio, le rapine, con aggiunta di danneggiamenti e lesioni dolose (queste categorie di crimine incidono sul totale delitti compiuti nel 2014 per il 50%).

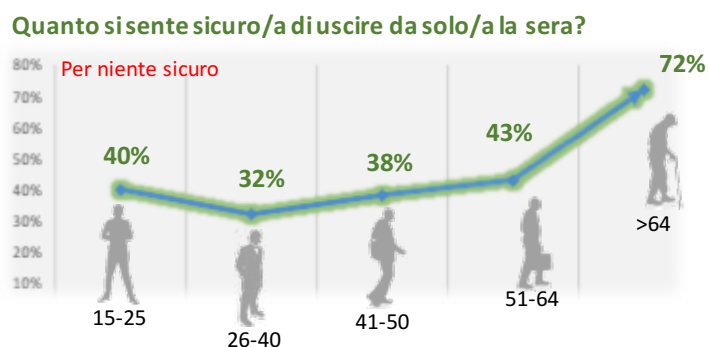
domanda diretta su quanto pensano che le notizie date al telegiornale siano vere, il 41% delle risposte si è orientate verso il “mediamente”, il 31% verso il “poco” e il 16% verso “pochissimo”. Quindi si crede poco alla TV. Eppure, nonostante la credibilità risulti bassa, possiamo vedere nel grafico radar presentato come la televisione e la stampa influenzino notevolmente la percezione di insicurezza. Le persone sono “mediamente” influenzate il 29%, “molto” il 29% e “moltissimo” il 13%.



Essere prigionieri della paura porta a richiedere una maggior sicurezza ma, a seconda delle caratteristiche dei soggetti che ne sono portatori, la domanda assume significati e contenuti diversi. La letteratura scientifica⁵ ha più volte evidenziato come ci sono soggetti più vulnerabili di altri. Un elemento distintivo sembrerebbe essere proprio l’età e il genere: gli anziani e le donne esprimono una maggior richiesta di sicurezza e una più alta paura di essere vittime di reati.

Se “mettiamo il naso” nell’animo e nelle paure dei torinesi, la ricerca empirica fa emergere dati interessanti dando uno spaccato dello scenario cittadino tra timori e incertezze divise per genere, età e nazionalità. Il 18% del campione afferma di sentirsi mediamente sicuro ad uscire solo, di sera, nella propria città, mentre la restante parte si divide a metà tra insicuri (41%) e sicuri (41%). La paura è un ambito in cui la parità di genere non vede le donne raggiungerla, infatti l’insicurezza che emerge dalle loro risposte si eleva al 54%. Anche l’età è responsabile del diverso grado di insicurezza, in quanto la vulnerabilità aumenta con il passare degli anni. Nella realtà torinese questo timore è supportato dal dato reale di crimine denunciato da parte degli ultrasessantacinquenni che risultano, negli ultimi anni, maggiormente colpiti da borseggi e furti in abitazione. Osserviamo le risposte aggregate per fasce d’età con un grafico esplicativo.

⁵ Cfr. M. Stafford, O. Galle, *Victimization Rates, Exposure to Risk, and Fear of Crime*, in «Criminology», Vol. 22, No. 2, 1984, pp. 173-185; J. Best J., *Random Violence. How We Talk about New Crimes and New Victims*, University of California Press, Berkeley 1999; J. Garofalo, *The Fear of Crime: Causes and Consequences*, «Journal of Criminal Law and Criminology», Vol. 72, N.2, 1981, pp. 839-857.



La paura della criminalità non è un sentimento esclusivamente indotto dall'effettiva presenza del crimine, ma è anche legato a fenomeni sociali e ambientali che possono trasferire sensazioni di insicurezza e paura. Secondo una delle teorie che ha animato il dibattito nel settore di studi sulla sicurezza urbana, nota come "teoria dei vetri rotti"⁶, uno dei fattori da tenere in considerazione è il cosiddetto "degrado cittadino", sia fisico (graffiti, spazzatura, locali abbandonati, ecc.) sia sociale (rumori, consumo di droghe, ecc.). Secondo questa ipotesi il degrado urbano tenderebbe ad autoalimentarsi e una piccola violazione può degenerare velocemente in crimine. Inoltre una lunga permanenza di questi segni all'interno degli spazi pubblici cittadini provocherebbe un progressivo allontanamento dei cittadini da tali spazi, compromettendo i legami sociali interni, quali l'attaccamento al territorio, il senso di appartenenza e il senso di comunità.

I risultati dell'indagine svolta nella città di Torino mostrano come il 64% del campione intervistato abbia individuato nel proprio quartiere *aree di inciviltà e di degrado*. È un problema più che sentito e che preoccupa molto, visti i risultati delle risposte alla domanda su "quali sono in generale i problemi che la preoccupano maggiormente". Il degrado, con il 12%, condivide il secondo posto insieme all'inquinamento, superati entrambi dalla sola disoccupazione con ben il 20%. La criminalità preoccupa ma solo dopo questi tre aspetti, ritenuti dai torinesi di maggior importanza.

Un ulteriore fenomeno sociale spesso collegato all'allarme sicurezza è rappresentato dai processi migratori. La figura dello straniero si presenta come il capro espiatorio oggetto di paure individuali e collettive, spesso percepito come una minaccia. Paure che i mass media tendono a cavalcare e a radicare ulteriormente negli animi dei cittadini attraverso una comunicazione mediale distorta, capace di modellare una determinata realtà sociale verso la pericolosità e marginalità sociale. La figura dell'immigrato viene spesso e volentieri associata al crimine, finendo così per accentuare varie forme di pregiudizio.

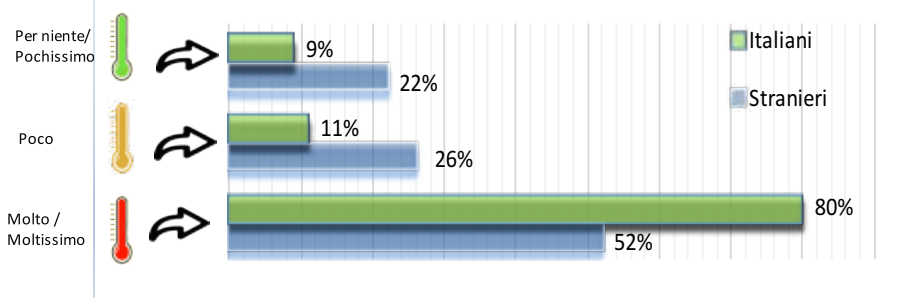
Si è voluto sondare qual è l'atteggiamento del campione di torinesi sul fenomeno migratorio, considerando anche la sua rilevanza nella città di Torino. La quota di stranieri residenti raggiunge infatti una percentuale pari al 15,4% della popolazione, piuttosto alta se confrontata con la media Italia che si attesta all'8,3%⁷.

Alla domanda su quanto il fenomeno immigrazione incida sulla criminalità commessa a Torino, il 76% degli intervistati ritiene che i crimini siano aumentati a causa della forte presenza di immigrati extracomunitari. Il binomio immigrazione-criminalità è piuttosto condiviso, e il dato interessante è che lo è non solo per i torinesi italiani (80% del campione) ma anche per una percentuale importante (52%) di residenti stranieri.

⁶ J. Q. Wilson, G. L. Kelling, *Broken Windows. The Police and Neighbourhood Safety*, «The Atlantic Monthly», March, 1982 testo disponibile al sito: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/> (data ultimo accesso 13/05/2016).

⁷ http://www.cinformi.it/index.php/it/news_ed_eventi/archivio_news/anno_2015/sbarchi_report_onu_aggiornato (data ultimo accesso 10/05/2016).

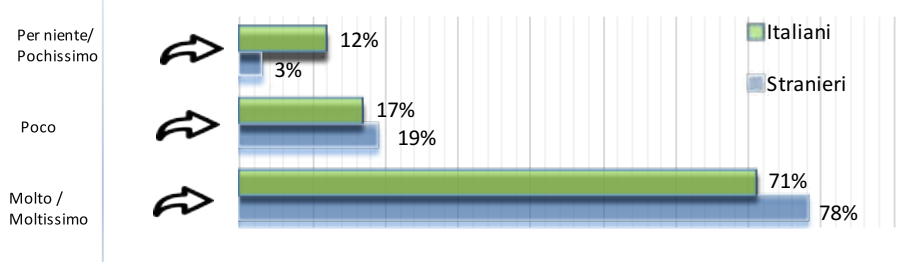
Quanto pensa che il fenomeno immigrazione incida sui crimini commessi nella città di Torino?



Tuttavia il 58% degli intervistati, giudicando il fenomeno immigrazione nella città di Torino, non lo ritiene il motivo per cui è aumentato il senso di insicurezza. Il 35% lo vede addirittura come un'occasione di confronto e crescita tra culture diverse, nonché un fenomeno che può avere dei risvolti positivi. Una delle cause che ha reso più problematico il fenomeno "immigrazione", secondo i torinesi intervistati, è proprio la crisi economica degenerata negli ultimi anni, con la conseguente difficoltà a trovare un posto di lavoro.

È inoltre emersa tra i cittadini stranieri la difficoltà a integrarsi in un Paese diverso dal loro. Una delle domande poste nella ricerca empirica era volta a indagare proprio l'importanza, per il soggetto intervistato, di integrarsi con persone di una nazionalità diversa dalla propria. Emerge un vigoroso bisogno (78% degli stranieri intervistati) da parte della componente immigrante di integrarsi con i torinesi di origine italiana, ma si legge anche una certa propensione mixofila da parte dei torinesi (71%), ossia la proiezione verso comportamenti inclusivi.

Quanto è importante per lei integrarsi con persone di una nazionalità diversa dalla sua?



In questo contesto possiamo considerare importanti gli enti locali. Essi possono svolgere un ruolo fondamentale di facilitazione dell'integrazione interculturale, in quanto vicini al cittadino e vicini ai possibili conflitti che si possono generare dall'incontro tra diverse culture. Il senso di impotenza, di paura e di ansia che segna l'esperienza quotidiana dei cittadini, non smette di tradursi in domanda di protezione e tutela verso gli amministratori della città, identificati dai cittadini come i garanti della loro sicurezza. Il profilo che emerge dalla ricerca svolta è quello un cittadino che non si sente tutelato e protetto (il 68%), e che ripone fiducia nelle istituzioni senza ricevere un'appagante rassicurazione: il 62% resta convinto che il livello di sicurezza urbana potrebbe migliorare molto.

Dalla ricerca realizzata nella città di Torino, di cui in questa sede si sono presentati solo alcuni dei dati raccolti, emerge una conferma della rilevanza della percezione del senso di insicurezza nelle città italiane, con le evidenti conseguenze a livello di politica urbana. Una realtà che richiede

un'attenzione da parte degli studiosi delle dinamiche politiche e sociali nelle città contemporanee, per individuare i processi attraverso cui si viene a formare la percezione del senso di sicurezza (o di insicurezza). In questo senso, un ruolo non secondario viene svolto sicuramente dai media, vecchi e nuovi.

Bibliografia

Bauman Z., *Fiducia e paura nella città*, Bruno Mondadori, Milano 2005.

Bauman Z., *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari 2011.

Best J., *Random Violence. How We Talk about New Crimes and New Victims*, University of California Press, Berkeley 1999.

Garofalo J., *The Fear of Crime: Causes and Consequences*, «Journal of Criminal Law and Criminology», Vol. 72, N.2, 1981, pp. 839-857.

Giddens A., *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna 1994.

Stafford M., Galle O., *Victimization Rates, Exposure to Risk, and Fear of Crime*, in «Criminology», Vol. 22, No. 2, 1984, pp. 173-185.

Wilson J. Q., Kelling G.L., *Broken Windows. The Police and Neighbourhood Safety*, «The Atlantic Monthly», March, 1982 testo disponibile al sito:

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/> (data ultimo accesso: 13 maggio 2016).



Recensioni

Gentrification

di Giovanni Semi, 2015 il Mulino, pp. 237. 22 Euro

Che ci fanno tutti questi giovani, di notte, nei bar? Perché hanno tutti quei tatuaggi? Cosa stanno bevendo? Che vita faranno, di giorno, se la notte possono passarla con gli amici? Si tratta di domande banali, che raramente ci poniamo, perché magari vicini per generazione, classe e pratiche di consumo a questo tipo di abitanti urbani. Diversa è la prospettiva della signora del terzo piano, che vive da sola con i suoi gatti, grazie a una pensione, e che così come ha visto declinare il numero di amici e parenti in vita, sta negli ultimi tempi vedendo chiudere il macellaio di fiducia, il giornalista o il panettiere (p. 109).

Quali obiettivi, quali interessi materiali, quali visioni della città si nascondono dietro ai processi di “riqualificazione” urbana? Quali dinamiche conducono a trasformare un quartiere popolare degradato, o una ex-area industriale, in un quartiere alla moda, in cui spuntano ristoranti fusion, botteghe biologiche e vegan, spazi di coworking, che attirano giovani “hipster”, con “la barba lunga e il maglione di lana cotta”? Riqualificare un quartiere non significa migliorarne i servizi, creare nuovi spazi di aggregazione, aumentare la sicurezza per chi ci vive. Implica, piuttosto, un - più o meno rapido - ricambio di popolazione. Via via che gli appartamenti vengono ristrutturati, e che la vecchia latteria diventa un negozio biologico, e la storica merceria una bottega di abiti vintage, giovani coppie di classe medio-alta sostituiscono le famiglie proletarie o sottoproletarie, e in molti casi gli immigrati, tradizionalmente insediatisi nei quartieri più degradati dei centri storici. Ciò che avviene, in una parola, è un processo di “gentrification”, che, come sintetizza Sharon Zukin - una delle massime esperte a livello globale del tema - nell’introduzione al libro di Giovanni Semi, costituisce la parte più visibile del mutamento urbano, attirando nuovi residenti e nuovi visitatori, e determinando un rapido aumento dei prezzi di appartamenti e fondi commerciali che ha l’effetto di scacciare i vecchi abitanti verso quartieri più periferici, o magari verso quartieri che non sono stati ancora interessati dal processo in questione. Ciò avviene perché si tratta di una forma di reinvestimento e di valorizzazione, tuttavia, che “privilegia il capitale economico e culturale rispetto al capitale sociale degli abitanti tradizionali”, al punto da assumere il volto di una “violenta rivoluzione supportata, e talvolta persino condotta, dallo Stato, che allontana le persone dalle proprie case, obbliga i commercianti a chiudere i propri negozi e ‘ripulisce’ il centro a favore di marchi culturali, globali ed egemonici”, conclude Zukin.

Obiettivo del libro di Giovanni Semi, condividendo questa prospettiva, è indagare le dinamiche di *gentrification*, portandone alla luce l’intreccio di interessi materiali e immateriali che si celano dietro l’apparente spontaneità dei processi di trasformazione del tessuto urbano. Per fare ciò, l’autore ripercorre l’origine e lo sviluppo del concetto, la cui genesi è collocabile nella letteratura statunitense e britannica a partire all’incirca dagli anni Sessanta. Si tratta degli anni in cui il processo di suburbanizzazione, che vede lo spostamento della borghesia nei quartieri semicentrali o periferici, il cui skyline è dominato da villette mono o bi-familiari, con giardino, box auto e barbecue, vive una parziale inversione, con il ritorno ai quartieri centrali, via via riqualificati. Il ritorno della borghesia (ma, avverte Semi, la traduzione italiana non è fedele al significato anglosassone di *bourgeoisie*) nei centri urbani avviene in parallelo ai processi di trasformazione

del tessuto economico-produttivo, ovvero con il passaggio dalla città fordista alla città postfordista, che libera le aree industriali e muta la composizione dei quartieri popolari, in cui il tradizionale proletariato lascia il posto a una popolazione più eterogenea, in cui aumenta l'incidenza del sottoproletariato. È in questo contesto che le mutate esigenze di mobilità e l'evoluzione degli stili di vita portano a una rivalutazione della vita urbana. A Londra, come a New York, il ritorno della borghesia nei quartieri centrali ne trasforma radicalmente il volto. Nell'Europa continentale, e in particolare nell'Europa mediterranea, i processi di *gentrification* sono iniziati più tardi e hanno spesso assunto un carattere attenuato, per via di una serie di variabili, in primo luogo la storica propensione a vivere in abitazioni di proprietà, piuttosto che in affitto in stabili la cui proprietà è molto spesso concentrata in un unico proprietario.

Come sottolinea l'autore, non di meno, già i grandi sventramenti che hanno ridisegnato, nel diciannovesimo secolo, il volto delle grandi capitali europee rappresentano un esempio ante litteram di *gentrification*. Anche a New York, trent'anni prima degli studi di Ruth Glass, si osserva un processo che ne anticipa molti dei tratti: si tratta della riqualificazione e del mutamento di popolazione che investe il Greenwich Village, mirabilmente descritto da Caroline Ware, le cui chiavi di lettura innovano quelle formulate dalla Scuola di Chicago, anticipando la prospettiva della *gentrification*. L'autore, quindi, nel secondo capitolo analizza le dimensioni che compongono il fenomeno, sul lato della domanda e dell'offerta, esplorando gli interessi economici e politici che lo determinano, mentre nel capitolo successivo sposta l'attenzione sulle dinamiche culturali e sugli stili di consumo connessi alla *gentrification*. Facendo riferimento alla "teoria dell'*habitus*" di Bourdieu, la concentrazione di individui e famiglie di classe media e superiore nei quartieri riqualificati porta a compimento un processo di *replacement* e segna l'affermazione di un ethos culturale e di consumo distintivo che si pone a fondamento di un nuovo ethos metropolitano. Adottando un approccio critico e "relativista" all'analisi dei rapporti tra pratiche di consumo e pratiche di produzione, l'autore passa in rassegna le principali chiavi di lettura che sono state utilizzate per illustrare tale nesso. Nel fare ciò, è apprezzabile il modo in cui l'autore, a tratti in maniera sottilmente ironica, decostruisce alcune delle retoriche che spesso accompagnano il discorso sulle trasformazioni urbane, a partire dall'elogio della "classe creativa" - la cui comparsa nei quartieri oggetto di *gentrification* è accompagnata da segni inequivocabili, quali la comparsa di radici alfa-alfa, negozi bio, biciclette a scatto fisso e montature di occhiali anni cinquanta, dalla sostituzione di hamburger e pizze con quinoa e tofu, dall'apertura di caffè in stile Starbucks e di eleganti locali da aperitivo.

A ben vedere, come argomenta l'autore, non solo i bar della movida, dietro la facciata della promozione e della rappresentazione di uno stile culturale, sono funzionali al perseguimento di interessi economici ben definiti, ma anche l'apertura di musei o spazi di esposizione. L'interesse economico alla promozione di un processo di *gentrification* si sposta sull'interesse politico, dal momento che il *replacement* delle classi popolari con turisti e classi creative produce ricchezza e al contempo riduce i bisogni sociali. Non perché questi trovano risposta, ma perché il problema è spostato, rendendolo meno visibile, in altre zone della città. Come non vedere in questa dinamica la piena affermazione di un approccio neoliberista? D'altra parte, se i processi di *gentrification* rappresentano il trionfo della creatività, ponendo al centro il triangolo tecnologia, talento e tolleranza, perché l'ecllettismo vintage che accompagna l'apertura di birrerie artigianali e pasticcerie siciliane, insieme all'insediamento di marchi spagnoli, americani e globali, conduce a creare panorami commerciali sotto molti aspetti omologati? Semi ci offre una risposta: "il panorama godibile e rinnovato di San Salvario a Torino, dell'Isola a Milano, come dell'East Village di New York, è la manifestazione locale di una trasformazione globale", che permette di parlare di una "gentrification commerciale (...) (che) si compone di cambiamenti che sono in apparente contraddizione tra loro, come la comparsa simultanea di piccole boutique e di catene commerciali. La bottega che vende abiti in cotone biologico e sostenibile e l'outlet di Zara, pur impiegando capitali diversi e spesso insediandosi in aree commerciali distinte, hanno il comune effetto di spiazzare la piccola merceria o il ferramenta, cioè il commercio locale tradizionale".

Dopo avere ulteriormente approfondito il ruolo dei diversi attori della *gentrification* e delle dinamiche a queste connesse (ad esempio, i quartieri "specializzati", come i quartieri della *gentrificazione gay*), il libro di Semi si conclude gettando lo sguardo sul caso italiano. Si fa riferimento, in particolare, a Genova (area del centro storico vicina al waterfront), Milano (l'Isola), Roma (Monti e Pigneto), Torino (Quadrilatero romano e San Salvario).

Il libro di Giovanni Semi rappresenta, a nostro parere, un importante contributo critico alla comprensione del fenomeno della *gentrification*, di cui l'autore offre una esaustiva ricostruzione concettuale e illustra

alcuni rilevanti esempi. Il valore aggiunto dell'opera sta indubbiamente nella volontà - e nella capacità - di decostruire le retoriche che tradizionalmente accompagnano il concetto, svelandone la matrice ideologica. Nel fare ciò, Semi, a differenza di tanti autori "entusiasti", non si limita ad assumere il punto di vista del giovane creativo di classe medio-alta (l'hipster con la barba lunga e il maglione di lana cotta che lavora in uno spazio di co-working, consuma cibo biologico e vino bio-dinamico e frequenta locali trendy) ma include il punto di vista dell'anziana signora che vive al terzo piano con i suoi gatti e non riconosce più il quartiere in cui ha sempre vissuto.

Luca Raffini



INFORMAZIONE E LEGALITÀ'

In occasione della presentazione del volume *Materiali per una cultura della legalità* (Giappichelli, Torino, 2016) - ricerca promossa e finanziata dall'Istituto di Studi Politici "S. Pio V"

PROGRAMMA

Apertura dei lavori

Prof. ANTONIO IODICE (Presidente dell'Istituto di Studi Politici "S. Pio V")

Discutono

Prof.ssa MARINA D'AMATO (Professore Ordinario Università di Roma Tre)

Prof. ANTONIO LA SPINA (Professore Ordinario Università LUISS "Guido Carli")

Interviene

Prof. GIUSEPPE ACOCELLA (Curatore del volume, Professore Ordinario Università di Napoli "Federico II")

Partecipano

Dott.ri ELIA FIORILLO e DIEGO FORESTIERI,
autori del saggio *La rappresentazione della legalità sulla stampa (2013-2015)*

Conclude

Dott. ENZO IACOPINO (Presidente Nazionale Ordine dei Giornalisti)

VENERDI' 10 GIUGNO 2016 ORE 10.30

Presso Consiglio Nazionale Ordine dei Giornalisti, Via Sommacampagna, 19 – Roma

Segreteria organizzativa: redazione@osle.it

Redazione dell'Osservatorio sulla Città Globale

Paolo De Nardis (coordinatore)

Luca Alteri

Adriano Cirulli

Luca Raffini