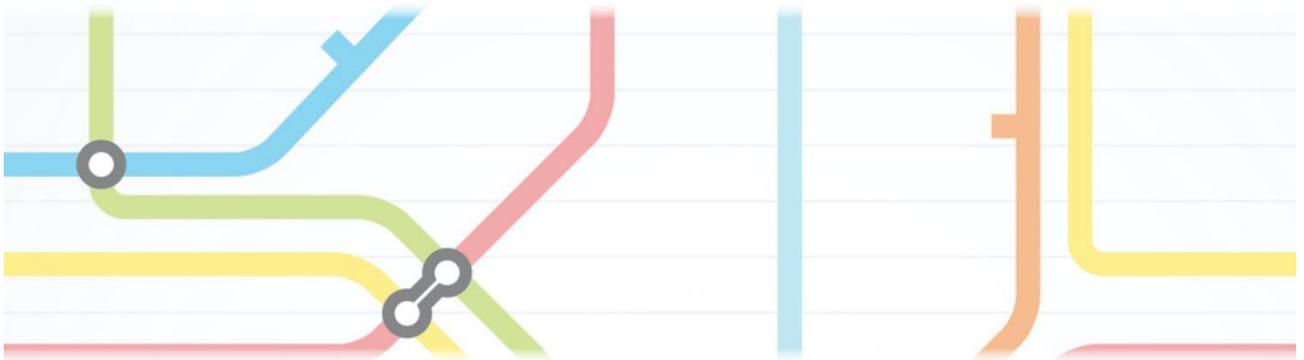


**Newsletter dell'Osservatorio sulla Città Globale
Luglio 2025**



Indice

Introduzione. Città (in)visibili, tra riconoscimento e rimozione di Sara Iandolo	3
<i>City brand</i> e pianificazione urbana nel caso bolognese di Denise Contessa	8
Parchi urbani e competizioni per lo spazio pubblico: un'esperienza fiorentina di Cecilia Pasini	14
Porta Palazzo sotto pressione: il mercato tra trasformazioni urbane e continuità sociali di Francesca Ru	19
<i>Di bellezza si vive. C., il nuovo abitante</i> di Laura Raccanelli	25
Le Vele di Scampia e la produzione contemporanea della rovina urbana di Daniela De Michele	31
Il lavoro fantasma come presenza assente nelle città contemporanee di Federico La Bruna	37
Redazione dell'Osservatorio sulla Città Globale	44

Introduzione. Città (in)visibili, tra riconoscimento e rimozione

Sara Iandolo

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

This contribution explores urban visibility as a site of tension, selection, and conflict, where power shapes what is shown, valued, or erased. Drawing on six case-based and theoretical contributions, this issue of the newsletter highlights how contemporary cities are contested terrains where categories such as visibility and invisibility, decorum and decay, inclusion and exclusion are constantly negotiated, often coexisting, overlapping, and colliding. The city emerges as a space of competing legitimacies, also inhabited by silences, absences, and urban ghosts that unsettle dominant narratives and are systematically excluded from what is allowed to be seen.

Quali forze, logiche e narrazioni guidano oggi le trasformazioni urbane? E con quali effetti sulle forme della vita quotidiana, sulle gerarchie simboliche e sull'organizzazione materiale dello spazio? Chi viene incluso nella rappresentazione della città e chi resta ai margini? Quali dispositivi – politici, materiali, simbolici – costruiscono la selettività dello sguardo urbano, definendo ciò che merita attenzione, cura e valorizzazione, e ciò che invece viene oscurato, stigmatizzato o rimosso? I sei contributi di questo numero della newsletter dell'Osservatorio sulla Città Globale affrontano, da angolature diverse, queste domande. Attraverso l'analisi di casi concreti – Bologna, Torino, Firenze, Milano, Napoli – e riflessioni teoriche più ampie, i testi raccolti mettono in luce le molteplici tensioni che attraversano le città contemporanee: tensioni tra politiche di rappresentazione e pratiche quotidiane, narrazioni ufficiali e realtà sommerse e rimosse, strategie di valorizzazione e processi di marginalizzazione, tra ciò che viene riconosciuto come legittimo e ciò che resta ai margini della visibilità.

La visibilità urbana, concepita come un terreno di tensione, selezione e conflitto, rappresenta il filo conduttore che accomuna e connette tutti i contributi raccolti. Come sottolinea Brighenti (2007; 2023), viviamo in un'epoca in cui la visibilità assume una centralità nuova e profondamente ambivalente: da un lato è legata a pratiche di sorveglianza, controllo e iper-esposizione; dall'altro, è rivendicata da soggettività marginalizzate come strumento di riconoscimento e azione politica. La visibilità si configura quindi come una relazione sociale asimmetrica, che organizza ciò che può essere visto, detto, riconosciuto, e che implica dinamiche di potere, legittimazione e esclusione. Il visibile non è mai neutro: è sempre selettivo, orientato, parziale. Contribuisce a costruire la realtà sociale non solo attraverso ciò che rende evidente, ma anche attraverso ciò che mantiene nell'ombra. Non tutto ciò che esiste, infatti, è visibile, ovvero legittimato socialmente a essere riconosciuto come parte del paesaggio condiviso. Esiste un intero mondo che vive all'interno di un regime di invisibilità: da ciò che è considerato brutto e dunque da nascondere, a ciò che resta fuori dai circuiti turistici, fino a ciò che viene rimosso perché ritenuto disturbante o destabilizzante. La lotta per la visibilità è quindi anche una lotta per uscire dall'invisibilità e dall'illegittimità, e implica al contempo un ridisegno di ciò che merita di essere portato alla luce e di ciò che può continuare a essere lasciato nell'ombra (Semi & Frisina, 2023). In questo senso, la città stessa si configura come un dispositivo di visibilità: plasma ciò che può emergere nello spazio pubblico e ciò che, al contrario, deve essere escluso o reso invisibile. Inoltre, come sottolineano Vanolo (2018) e Pavoni e Vanolo (2022), le città sono attraversate da presenze evanescenti, assenze che persistono e memorie non elaborate: i cosiddetti fantasmi urbani, strumenti analitici attraverso cui leggere le discontinuità spaziali e temporali che abitano lo spazio urbano. Tracce di ciò che è stato e non è più, o che non è ancora del tutto, questi fantasmi turbano le narrazioni egemoniche della città, riattivando memorie rimosse, conflitti latenti e desideri non realizzati. Dai quartieri in via di *gentrification* dove sopravvivono le ombre di chi è stato espulso, alle rovine industriali che trattengono il trauma del

disinvestimento, fino alle vite precarie rese invisibili dalla retorica del decoro, il fantasma diventa una figura liminale che destabilizza la partizione del sensibile. In questo senso, i fantasmi urbani rimandano a un'“ontologia dell'assenza”, e suggeriscono un modo alternativo per pensare la città, non come insieme di spazi pienamente dati, ma come campo stratificato di presenze, assenze e potenzialità non ancora realizzate.

In continuità con la riflessione sulla (in)visibilità, anche i concetti di degrado, stigmatizzazione e valorizzazione, frequentemente evocati nei contributi qui presentati, condividono una funzione normativa e organizzano gerarchie di senso. Gli spazi urbani etichettati come degradati sono frequentemente oggetto di stigmatizzazione territoriale (Wacquant, 2007; 2008): spesso associati a povertà e devianza, vengono costruiti come luoghi problematici, carichi di significati negativi, una rappresentazione che incide sia sul valore simbolico degli spazi che sulla loro valutazione economica. La stigmatizzazione produce così svalorizzazione: questi luoghi diventano simboli di “fallimenti urbani” e soggetti a processi di abbandono, deprezzamento immobiliare e disinvestimento. Al contrario, il richiamo alla rigenerazione, al decoro e alla destigmatizzazione funziona come leva per la valorizzazione, sia simbolica che materiale. Interventi di riqualificazione urbana, eventi culturali e politiche urbane orientate all'attrattività tendono a promuovere una visione estetizzata della città e legata a forme di consumo culturale e turistico. In questo contesto, la cosiddetta classe creativa e altri soggetti sociali percepiti come “qualificanti” (per lo più abitanti bianchi e di classe medio-alta) vengono mobilitati per ripopolare e riqualificare interi quartieri, spesso proprio quelli precedentemente bollati come degradati. Degrado e decoro, stigmatizzazione e riqualificazione, non sono dunque categorie opposte, ma elementi complementari all'interno di un dispositivo di produzione del valore urbano, in cui la ipervisibilizzazione del degrado serve a giustificare interventi di cambiamento estetico e sociale, che spesso attiva processi di *gentrification*. Questo ciclo – svalutazione simbolica e materiale attraverso la stigmatizzazione, seguita da valorizzazione selettiva – rispecchia pienamente le logiche della città neoliberale, dove lo spazio pubblico diventa terreno di competizione, esclusione e accumulazione differenziale (Harvey, 2001; Semi, 2015; Horgan, 2018; Bukowsky, 2019; Pavoni & Alba, 2024). È importante ricordare che categorie come decoro e degrado, visibilità e invisibilità, valorizzazione e stigmatizzazione non sono fisse né intrinsecamente opposte, ma dipendono da assetti socio-economici, immaginari culturali e rapporti di potere in continua trasformazione. Ciò che in un determinato momento storico può essere considerato decoroso, legittimo o meritevole di valorizzazione può, in un altro contesto, essere reinterpretato come segno di degrado, devianza o marginalità — e viceversa. Queste categorie, spesso presentate come dicotomiche, si rivelano in realtà ambigue, porose e sovrapposte, e possono coesistere nello stesso spazio e nello stesso tempo. Un luogo può essere al contempo valorizzato e stigmatizzato, visibile e invisibilizzato, incluso in certi circuiti simbolici e materiali ed escluso da altri. Adottare questa prospettiva consente di leggere la città non come uno spazio neutro o dato, ma come un campo di forze mutevoli, attraversato da tensioni e negoziazioni continue su cosa debba essere mostrato, valorizzato o nascosto, e su chi detenga il potere di stabilire tali confini. È proprio lungo queste linee di tensione e ambivalenza che si articolano i contributi raccolti in questo volume, interrogando criticamente le categorie che regolano la città come spazio in continua ridefinizione. Il contributo di Denise Contessa analizza il caso bolognese a partire da una lettura critica dei documenti ufficiali – *Bologna City Branding*, il *Piano Strategico Metropolitan 2.0* e il *Piano Urbanistico Generale del 2021* – per far emergere gli immaginari e le visioni istituzionali, ovvero quelle di chi detiene il potere di governare e orientare lo sviluppo futuro della città. L'autrice si poggia sulla definizione di Vanolo (2017), che definisce il city branding come una *ghostly politics of representation* (politica spettrale della rappresentazione)

[...] che genera tre livelli di visibilità: innanzitutto, il branding enfatizza chiaramente determinati discorsi, luoghi, soggetti e narrazioni; in secondo luogo, marginalizza e rende implicitamente invisibili (o irrilevanti)

altri soggetti, spazi e questioni che disturbano la narrazione promozionale; allo stesso tempo (terzo), produce dei “fantasmi” inquietanti – intesi come oggetti, memorie, soggetti e atmosfere liminali, sospesi tra visibile e invisibile, passato e presente, individuale e collettivo – che mettono in crisi il branding urbano (Vanolo, 2020, p. 8).

Attraverso questa lente, il contributo mostra come il *city branding* di Bologna si basi su visioni vaghe e centrate sull’attrattività urbana, che, pur prevedendo una parziale partecipazione pubblica, hanno accolto i contributi dei cittadini solo quando funzionali alla costruzione di un’immagine positiva della città, escludendo del tutto le voci critiche. Parallelamente l’autrice mostra come, gli strumenti di pianificazione adottati, pur proponendo visioni apparentemente eterogenee – dalla città sostenibile a quella creativa o tecnologica – si inseriscono coerentemente in una più ampia tendenza globale alla competizione interurbana secondo logiche neoliberiste. In questo quadro, la cultura è trattata come risorsa economica e leva di attrattività, mentre la governance urbana si affida sempre più a partenariati pubblico-privati, anche per affrontare nodi cruciali come la crisi abitativa o la rigenerazione delle aree dismesse.

Le visioni della governance urbana e le frizioni tra differenti rappresentazioni emergono con forza anche nel contributo di Cecilia Pasini, che sposta lo sguardo dalla scala cittadina a quella di uno spazio urbano specifico: il parco delle Cascine a Firenze. L’autrice descrive il parco come uno spazio pubblico conteso, attraversato da conflitti sugli usi legittimi, da tensioni tra pubblico e privato, tra stigma e riqualificazione. Le politiche locali e la stampa alimentano una narrazione centrata su insicurezza e degrado che, attraverso la retorica della “restituzione ai veri fiorentini”, ridefinisce chi ha diritto ad abitare il parco e in quali forme, escludendo implicitamente coloro che già lo vivono quotidianamente. Se da un lato misure di sicurezza come la presenza fissa della “PolCascine” contribuiscono a stigmatizzare le pratiche di socialità esistenti, dall’altro si promuove un’idea selettiva di socialità, legittimata, ad esempio, da eventi culturali organizzati da attori privati a cui vengono affidate porzioni del parco. Ne emerge un’immagine delle Cascine come spazio in costante transizione, attraversato da un’aspettativa permanente di trasformazione e “recupero”, che rischia di disconoscere e depotenziare il presente e le forme di vita già in atto.

Dinamiche analoghe emergono anche nel contributo di Francesca Ru, che ci conduce nel cuore del mercato di Porta Palazzo a Torino, al centro di una trasformazione ambivalente, segnata da retoriche stigmatizzanti e da pressioni gentrificatrici legate a strategie di turisticizzazione e ‘gourmetizzazione’, attraverso cui la governance cittadina mira esplicitamente a riconfigurare il mercato come spazio attrattivo per i turisti. Nonostante le recenti trasformazioni e la presenza crescente di visitatori, il mercato mantiene un forte radicamento sociale: gli stessi venditori raccontano di aver adattato prezzi e prodotti alle esigenze di una clientela migrante e meno abbiente. Sono soprattutto gli spazi riqualificati che lo circondano, come l’Ostello Combo e il Mercato Centrale, ad attrarre turisti e una clientela più abbiente, ma questi luoghi sono al contempo attraversati da persone migranti a basso reddito, che spesso ne fanno uso per l’intera giornata pur avendo consumato solo un caffè. Porta Palazzo si configura così come uno spazio di coabitazione fra nuove logiche commerciali e forme di socialità popolare che in qualche modo resistono alle pressioni gentrificatrici che agiscono sul mercato.

Laura Raccanelli affronta temi analoghi, ma lo fa attraverso il punto di vista di C., un nuovo abitante del quartiere Corvetto a Milano, storicamente stigmatizzato ma oggi al centro di una profonda trasformazione urbana legata alle imminenti Olimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026. Le parole di C. mostrano come il quartiere non sia vissuto solo come uno spazio abitativo, ma anche come un oggetto di consumo simbolico, apprezzato per la sua (presunta) autenticità, diversità e per un certo fascino popolare. Dal suo discorso, emergono con chiarezza i criteri selettivi attraverso cui egli distingue ciò che merita valorizzazione – il verde, l’offerta culturale, l’autenticità – da ciò che invece viene percepito come illegittimo e da espellere: i rifiuti, lo spaccio, i mercatini abusivi e in modo implicito la povertà, le tracce materiali dello stigma. C. si richiama

esplicitamente alla teoria della *Broken Windows*, secondo cui sarebbe una certa estetica del degrado a creare un'atmosfera di insicurezza e a legittimare forme di criminalità. Questi desideri di ordine, bellezza e selezione si intrecciano con una logica speculativa, in quanto C. intravede con lucidità le potenzialità di una riqualificazione estetica e immobiliare del quartiere e della sua proprietà. Analizzare il suo linguaggio equivale, in questo senso, a decifrare il linguaggio stesso della *gentrification* e osservare da vicino come traiettorie abitative e stili di vita contribuiscano a tracciare confini di potere e disuguaglianza, relegando ai margini dello spazio urbano le popolazioni percepite come non conformi a queste visioni.

Gli ultimi due contributi della newsletter si concentrano anch'essi sulla tensione tra visibilità e invisibilità, ma spostano l'attenzione su ciò che viene sistematicamente escluso dallo sguardo pubblico: ciò che è marginalizzato, reso invisibile o trattato come un'eccezione. Daniela De Michele prende il caso iconico delle Vele di Scampia a Napoli, interpretate come rovine urbane, per mostrare come la marginalità e i processi di *ruination* non rappresentino una deviazione o un errore, ma siano il risultato di logiche strutturali di accumulazione, disinvestimento e governo differenziale della città. Il contributo ricostruisce i processi che hanno reso possibile la rovina di queste iconiche strutture: sul piano socio-politico, attraverso una lunga storia di disinvestimento istituzionale e gestione emergenziale del disagio abitativo; sul piano materiale, evidenziando come l'architettura portasse fin dall'inizio i segni del proprio deterioramento attraverso ad esempio scelte progettuali compromesse e materiali inadatti; sul piano simbolico, tramite rappresentazioni mediatiche e politiche che hanno trasformato le Vele in icona del degrado urbano. La stessa mobilitazione degli abitanti delle Vele ha avuto un ruolo cruciale nel portare alla luce le gravi condizioni abitative del complesso, rompendo il silenzio istituzionale e conquistando una visibilità nazionale che ha permesso loro di emergere come soggetti politici attivi e di ottenere, in parte, condizioni abitative migliori. Tuttavia, quella stessa visibilità da un lato ha contribuito a rafforzare lo stigma e consolidato l'immaginario di marginalità associato alle Vele associate alle Vele, e dall'altro ha attratto l'interesse di produzioni culturali – dalla serie Gomorra ai videoclip rap, fino a eventi sponsorizzati da grandi marchi come il concerto organizzato dalla Red Bull – che le hanno trasformato in un'icona estetica del disfacimento urbano, non prendendo in considerazione le difficoltà quotidiane vissute dagli abitanti. In questo processo si manifesta tutta l'ambivalenza della visibilità, sospesa tra riconoscimento e spettacolarizzazione. Il caso delle Vele apre inoltre una riflessione più ampia sulle rovine urbane: più che semplici residui del passato anomalie o fallimenti, esse rappresentano elementi strutturali dell'urbanizzazione contemporanea e andrebbero incluse nelle analisi come luoghi attivi della città, capaci di produrre relazioni, pratiche e significati. Spazi spesso abitati – come lo sono state le Vele fino al tragico crollo del luglio 2024 – le rovine partecipano pienamente ai processi urbani, costituendone una componente integrata, e non accidentale.

Il contributo finale di Federico La Bruna, di respiro teorico e non centrato su un singolo caso studio, riporta la categoria della visibilità (Brighenti, 2007) al centro dell'analisi per interrogare le trasformazioni del lavoro urbano nel contesto digitale. L'autore riflette sull'invisibilità sistemica di lavoratrici e lavoratori del contesto digitale – come chi etichetta immagini, addestra algoritmi, trascrive testi o modera contenuti – che operano in condizioni di isolamento, precarietà estrema e sotto costante sorveglianza algoritmica e che lavorano da casa o da spazi informali, privi di luoghi di aggregazione e tempi collettivi. Richiamandosi alla nozione di *hauntologia* e alla riflessione sui fantasmi urbani, l'autore indaga le forme del lavoro fantasma e la loro incidenza sulla città, includendo infrastrutture opache come le *dark kitchens* (cucine chiuse al pubblico destinate solo al *delivery*) e i *dark stores* (magazzini di prossimità senza accesso per i clienti), che contribuiscono a riorganizzare lo spazio urbano secondo logiche algoritmiche e invisibili. Il contributo invita così a ripensare criticamente il rapporto tra visibilità, lavoro e cittadinanza urbana, evidenziando come l'infrastruttura digitale produca nuove forme di esclusione e presenza non riconosciute.

Attraverso queste voci, i contributi mettono in luce un insieme di città frammentate e disuguali, in cui i confini tra ciò che è considerato legittimo e ciò che è percepito come deviante, tra ciò che può essere mostrato

e ciò che viene sistematicamente rimosso dallo sguardo pubblico non sono mai dati una volta per tutte. Al contrario, vengono costantemente tracciati, negoziati e contestati da attori diversi, portatori di visioni, interessi e pratiche eterogenee. Le città appaiono così come spazi contesi (Dines, 2012): territori attraversati da conflitti di senso, da lotte per la visibilità, da tentativi di risignificazione e contro-narrazione. Questo numero dell'Osservatorio invita quindi a interrogare criticamente le gerarchie simboliche e materiali che organizzano lo spazio urbano, proponendo uno sguardo attento alle ambivalenze, alle presenze e alle assenze legate ai fantasmi che abitano le nostre città.

Riferimenti bibliografici

- Brighenti, A. M. (2007). Visibility: A category for the social sciences. *Current Sociology*, 55(3), 323–342.
- Brighenti, A. M. (2023). Introduction: Issues in the Visible. in A. M. Brighenti, *The New Politics of Visibility* (p. 1-16). Bristol/Chicago: Intellect.
- Bukowski, W. (2019). *La buona educazione degli oppressi. Piccola storia del decoro*. Roma: Edizioni Alegre.
- Dines, N. (2012). *Tuff City. Urban Change and Contested Space in Central Naples*. New York: Berghahn Books.
- Horgan, M. (2018). Territorial Stigmatization and Territorial Destigmatization: A Cultural Sociology of Symbolic Strategy in the Gentrification of Parkdale (Toronto). *International Journal of Urban and Regional Research*, 42 (3), 500–516.
- Pavoni, A., & Vanolo, A. (2023). GHOSTS II [phantasmagorias]. *Lo Squaderno, Explorations in Space and Society*, 64., 6-7.
- Pavoni, A., & D'Alba, R. (2024). The many lives of degrado. An introduction. *Etnografia e ricerca qualitativa* (1), 20-41.
- Semi, G. (2015). *Gentrification. Tutte le città come Disneyland?* Bologna: Il Mulino.
- Semi, G., & Frisina, A. (2023). What we see (and what we don't): resignifying urban traces of colonialism. In L. Pauels, (ed.) *Visual and Multimodal urban sociology, part B. Exploring the urban everyday* (p. 125- 142). Bingley (UK): Emerald Publishing.
- Vanolo, A. (2017). *City Branding. The Ghostly Politics of Representation in Globalising Cities*. New York: Routledge.
- Vanolo, A. (2020). Cities are not products. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 111 (1), 10-17.
- Wacquant, L. (1993). Urban Outcasts: Stigma and Division in the Black American Ghetto and the French Urban Periphery. *Urban and Regional Research* 17, 366–383.
- Wacquant, L. (2007). Territorial Stigmatization in The Age of Advanced Marginality. *Thesis Eleven*, 91, 66-77.



City brand e pianificazione urbana nel caso bolognese¹

Denise Contessa
Università di Pisa

Starting from the case of Bologna, this text examines how city branding and urban planning converge in shaping contemporary urban imaginaries. Through a critical reading of official documents, it argues that urban imaginaries operate as tools of subjectivation and selective visibility, contributing to the neoliberal transformation of the city. The analysis highlights tensions between inclusive narratives and market-driven policies within a broader global framework of interurban competition.

Le città di oggi sono sempre più inserite all'interno di circuiti comunicativi che servono a renderle visibili e a costruire specifiche narrazioni capaci di competere con altre città nel mercato globale (Rossi & Vanolo, 2010). Che si parli di "smart city" o "green city", che si definisca una città "innovativa" o "creativa", la rappresentazione dell'immagine della città nelle politiche urbane degli ultimi decenni è diventata centrale. Quando si parla di immagini e immaginari, di municipalità che reinventano la narrazione del proprio territorio per farlo risultare più attrattivo (Judd & Fainstein, 1999), l'interpretazione che se ne dà negli studi urbani è molto spesso legata all'attrazione di forme di turismo e l'attenzione viene crescentemente posta su fenomeni come il *city branding*. La principale interpretazione di questo fenomeno nella letteratura urbana descrive infatti il *city brand* come una strategia di marketing applicata allo sviluppo del territorio, sia da un punto di vista economico che politico e culturale (Ashworth & Kavaratzis, 2009) e vede nel *brand* della città una «somma di attività comunicative e promozionali» (Oguztimur & Akturan, 2016, p. 362). Che si tratti degli attori della pianificazione urbana impegnati nella promozione di progetti di *branding*, o si considerino le voci critiche che vi si oppongono denunciando la mercificazione della città che ne consegue, la trasformazione dell'immagine urbana prodotta da tali processi viene frequentemente analizzata tenendo in conto soltanto i suoi effetti socio-economici più evidenti, come l'incremento dei flussi turistici o il dislocamento degli abitanti causato dalla crescita degli affitti brevi turistici. Per quanto questi temi siano centrali nel dibattito pubblico di molte città turistificate e siano essenziali al fine di condurre alcune lotte politiche e sociali che provano a restituire una vita dignitosa alle popolazioni che abitano le mete turistiche urbane contemporanee, molta studiosa hanno espresso la necessità di ampliare lo sguardo con cui si indaga il fenomeno del *city brand* e

¹ Questo contributo è composto da estratti della mia tesi di dottorato dal titolo: "Il ruolo del City Branding e degli immaginari urbani nei processi di gentrificazione commerciale in una città di medie dimensioni: il caso studio di Bologna".

l'immagine della città. Infatti, il *city brand* sembra intrecciarsi sempre di più con la pianificazione urbana, orientandone i metodi e gli obiettivi, anche quando le politiche urbane non trattano esplicitamente dell'immagine della città. In questo senso, «inavvertitamente o meno, gli urbanisti stanno progressivamente svolgendo un ruolo più ampio nei processi di promozione, marketing e branding dei luoghi» (Bonakdar & Audirac, 2019).

Particolarmente significativa è la concettualizzazione del fenomeno proposta da Vanolo (2017), che si discosta dall'approccio tradizionale al *city branding* inteso come mera strategia di marketing territoriale, per definirlo invece come una politica di rappresentazione. Il geografo applica agli immaginari urbani le teorie foucaultiane sulla soggettivazione — intesa come processo di formazione dell'identità nell'interazione tra potere, controllo e grado di internalizzazione (e/o resistenza) soggettiva a ciò che il potere definisce come 'accettabile' o 'inaccettabile' — sostenendo che «il city branding potrebbe essere interpretato come un potente strumento per la soggettivazione delle città» (Vanolo, 2017, p. 93), in quanto esso contribuisce a costruire uno standard globale nella definizione di un'immagine attrattiva (e dunque 'legittima') della città. Come esito inevitabile della distinzione operata tra ciò che è ritenuto meritevole di visibilità e ciò che, al contrario, viene escluso dallo sguardo pubblico, il *city branding* genera quindi un regime di visibilità e invisibilità che coinvolge fenomeni e soggettività marginali, configurandosi come un processo intrinsecamente politico e potenzialmente violento. In questo senso, il *city branding* si qualifica come una politica di rappresentazione che contribuisce alla costruzione e alla riproduzione di specifiche dinamiche di potere all'interno dello spazio urbano. Negli studi urbani diventa quindi centrale evidenziare quale tipo di immagine della città viene promossa dalle politiche urbane, al fine di comprendere le trasformazioni che avvengono nelle città contemporanee. Difatti, lungi dall'essere delle semplici rappresentazioni mentali soggettive, gli immaginari urbani sono un fenomeno che forma e trasforma lo spazio urbano reale e vissuto, giocando un ruolo fondamentale nel modellare la città, «specialmente in relazione con il futuro» (Lindner & Meissner, 2019, p. 1-2).

La presente analisi si propone di esplorare le modalità secondo le quali l'immagine di una città possa essere trasformata attraverso politiche urbane come il *city branding* e la pianificazione. A tal fine, verranno esaminate sinteticamente alcune iniziative intraprese in questo ambito dalla città di Bologna. In particolare, l'attenzione sarà rivolta all'analisi di documenti ufficiali relativi a tre principali interventi promossi dall'amministrazione comunale e metropolitana: il progetto *Bologna City Branding* (2012), il *Piano Strategico Metropolitano 2.0* (2018) e il *Piano Urbanistico Generale* (2021). L'obiettivo è quello di individuare le rappresentazioni della città veicolate da tali strumenti e di ricostruire l'evoluzione degli immaginari urbani proposti nel periodo considerato.

Gli immaginari urbani del city brand e della pianificazione urbana bolognese

Partendo dal progetto *Bologna City Branding* (BCB), quest'ultimo nasce nell'ottobre 2012 su iniziativa del Comune di Bologna, che ne è promotore e co-finanziatore insieme alla Camera di Commercio (PSM, 2013). Realizzato dall'Urban Center Bologna, con la collaborazione di Bologna Welcome, il progetto coinvolge direttamente il potere pubblico. Il Comune partecipa anche in qualità di socio fondatore dell'Urban Center, rinominato nel 2018 Fondazione per l'Innovazione Urbana (FIU). L'obiettivo esplicito del progetto di *city branding* è quello di promuovere un posizionamento internazionale della città che sia al contempo distintivo e credibile, con l'intento di attrarre investimenti, turismo e nuovi residenti.

Attraverso un'analisi qualitativa dei principali documenti prodotti nell'ambito del progetto *Bologna City Branding* — tra cui l'analisi reputazionale di Neri (2013), l'indagine web di Camillo e Mucci (2013), il report sui focus group dell'Urban Center Bologna (2015) e il documento finale *"I Quaderni. È Bologna. Progetto City*

Branding" (Urban Center Bologna, 2014) — emerge una rappresentazione dell'identità urbana fortemente astratta, costruita attorno a concetti generici quali "città aperta", "città di città" e "città à la carte". Il *Bologna City Branding* sembra adottare una strategia comunicativa flessibile e indeterminata, volta a modellare l'immagine della città in base ai desideri dei visitatori. La metafora della "città à la carte" riflette questa adattabilità e richiama simbolicamente l'ambito gastronomico, ambito che diventa l'unica concretizzazione operativa del progetto attraverso l'iniziativa "Bologna City of Food". In aggiunta, sebbene il *Bologna City Branding* abbia previsto un parziale coinvolgimento degli abitanti (soprattutto nei focus group), le visioni dei cittadini sono state accolte solo nella misura in cui supportavano un'immagine positiva della città. Le critiche emerse — relative, ad esempio, alla scarsa accessibilità economica o al degrado dei servizi pubblici — risultano del tutto assenti nella sintesi ufficiale, confermando una strategia comunicativa selettiva e orientata alla valorizzazione simbolica e turistica piuttosto che alla rappresentazione del vissuto urbano.

Passando al *Piano Strategico Metropolitano* (PSM) 2.0 del 2018, questo rappresenta uno strumento di pianificazione integrata su scala metropolitana per l'area bolognese. Il PSM 2018 ha l'obiettivo di promuovere la co-governance territoriale, fondata sul dialogo e sul coordinamento tra attori istituzionali locali — come il Comune di Bologna, le Unioni di Comuni e la Regione Emilia-Romagna — e soggetti appartenenti al più ampio tessuto socio-istituzionale, come le organizzazioni del terzo settore e quelle sindacali. Il PSM 2018 non si propone esplicitamente di costruire un immaginario urbano o metropolitano. Tuttavia, un'analisi qualitativa del testo rivela la presenza di ricorrenze tematiche che contribuiscono, seppur indirettamente, alla definizione di una narrazione istituzionale del territorio. I principali filoni discorsivi emersi dall'analisi sono due: da un lato, una forte centralità delle dinamiche economiche, con enfasi sul ruolo degli attori privati, dell'industria (manifatturiera e culturale), del lavoro e della città metropolitana come snodo logistico strategico; dall'altro, un'attenzione dichiarata al benessere collettivo, all'inclusione delle soggettività marginalizzate, al rafforzamento del welfare locale e alla promozione della partecipazione civica nei processi decisionali. In questo Piano si delinea un'immagine del territorio saldamente ancorata a logiche economiche e di mercato. L'analisi delle co-occorrenze, ovvero il numero di volte in cui più concetti si intersecano nella stessa sezione del testo analizzato, mostra come la pianificazione delle politiche pubbliche sia frequentemente associata alla necessità di cooperazione tra stakeholder attraverso la creazione di partnership pubblico-private, anche in ambiti tradizionalmente legati al welfare.

Le sezioni dedicate alla rappresentazione dell'identità metropolitana insistono invece sulla capacità attrattiva del territorio nei confronti di imprese e investimenti nazionali e/o internazionali. In particolare, la città metropolitana viene descritta come un territorio caratterizzato da una "posizione logistica", da "una grande qualità delle lavoratrici e dei lavoratori", da "una pubblica amministrazione collaborativa e veloce", da "un ambiente socialmente e culturalmente di qualità" e da "una presenza di servizi avanzati" (PSM 2.0, 2018, p. 30). Emerge poi una narrazione che insiste sul profilo internazionale e aperto della città metropolitana. Il territorio viene descritto come portatore di un'«identità internazionale e cosmopolita» (PSM 2.0, 2018, p. 7) e come un insieme di terre «naturalmente disposte all'accoglienza» (PSM 2.0, 2018, p. 11), a sostegno di una strategia di posizionamento che mira a renderlo attrattivo per nuove imprese, visitatori e residenti. Particolare attenzione è rivolta all'attrazione di cittadini in grado di «qualificare il sistema del lavoro e innovare i sistemi culturali con creatività e diversa capacità di visione» (PSM 2.0, 2018, p. 12). La cultura, nella prospettiva del Piano, viene descritta sia come leva di coesione sociale sia come settore economico redditizio. Tra gli ambiti maggiormente valorizzati come fattori di attrattività figurano infatti la ricerca tecnologica — pubblica e privata — e l'industria culturale.

L'enfasi posta dal PSM 2.0 sulla creatività come leva di attrattività economica e rigenerazione urbana si inserisce in un più ampio processo di messa a valore della cultura, che riflette dinamiche proprie delle politiche neoliberali. Come osserva Pratt (2011), tale impostazione implica che «la priorità degli investimenti e delle scelte è focalizzata sugli aspetti che possono generare il maggiore profitto [...]. Inoltre, ciò significa che

i nuovi arrivati e la classe creativa beneficiano in modo sproporzionato di questi investimenti pubblici e privati» (p. 125). Questa logica selettiva non solo tende a privilegiare determinate soggettività, ma comporta anche «un implicito progetto egemonico per favorire uno specifico tipo di cultura (che si appella a una sensibilità moderna, o cosmopolita) su quella locale o indigena» (Ibidem). Nel caso del PSM 2.0, la valorizzazione della creatività e dell'industria culturale assume così una funzione economicamente strategica, ma rischia di contribuire alla marginalizzazione di pratiche e identità culturali non conformi a tali modelli dominanti, come ad esempio quelle dei movimenti politici dal basso, delle soggettività migranti o della parte meno abbiente della comunità studentesca.

Infine, è stato analizzato il caso del Piano Urbanistico Generale (PUG) del 2021, che si configura come uno strumento complessivo di guida per le trasformazioni urbane del territorio comunale di Bologna, sostituendo parte della precedente pianificazione urbanistica. L'orientamento del PUG 2021 emerge con chiarezza fin dalle sue prime pagine, dove il piano si presenta esplicitamente come uno strumento flessibile e non prescrittivo, privo di una visione unitaria e definita dello sviluppo urbano della città. La frammentarietà e la mutabilità delle sue disposizioni costituiscono infatti una premessa metodologica fondamentale. Il documento invita ad «accettare l'incertezza», affermando che «non interessa prevedere tutto, occorre invece progettare l'attesa e procedere "un pezzo alla volta"» (PUG, 2021, p. 14).

In primo luogo, il PUG 2021 prova a conciliare discorsivamente la mitigazione del cambiamento climatico con lo sviluppo economico, mostrando l'intenzione di promuovere sia l'attrazione di investimenti e industrie produttive sia modalità di crescita sostenibili. In secondo luogo, pone particolare attenzione ai temi dell'accessibilità, dei diritti sociali e della partecipazione, concentrandosi su interventi volti all'inclusione di soggettività marginalizzate, al rafforzamento del welfare cittadino e alla promozione della cittadinanza attiva attraverso lo strumento dei laboratori partecipativi promossi principalmente dalle istituzioni locali.

Il PUG 2021 attribuisce inoltre centralità allo spazio pubblico, considerandolo uno strumento cruciale sia nella lotta ai cambiamenti climatici sia nella rigenerazione urbana, che viene definita come una «necessità» e un'«opportunità» da realizzare attraverso «l'integrazione di progettazione urbanistica, innovazione sociale, investimenti immobiliari, in parti urbane in cerca di nuovi usi e significati» (p. 13). Tra questi nuovi usi emergono la valorizzazione culturale, con la riqualificazione di musei, biblioteche e teatri, e la trasformazione di edifici dismessi in spazi ricreativi dotati di «pubblici esercizi, strutture ricettive, servizi ricreativi» (p. 109). Infine, il Piano introduce strumenti volti a valutare «l'impatto sociale dei progetti e delle pratiche di imprenditoria civica, a misurarne e rendicontarne la produzione di utilità sociale» (p. 14), anche se tali metodologie appaiono ancora poco definite. Di rilievo è però la presenza, nella narrazione costruita dal documento di Piano, di concetti legati al libero mercato, che corrono il rischio di legittimare processi di imprenditorializzazione del settore pubblico (Edwards *et al.*, 2002).

In conclusione, l'immaginario urbano delineato dal PUG 2021 si fonda sull'idea di una città sostenibile, impegnata nella mitigazione degli effetti del cambiamento climatico. Tuttavia, le trasformazioni previste dal Piano risultano ambivalenti rispetto a tale visione. Accanto a interventi volti alla riduzione delle emissioni e alla limitazione del consumo di suolo, si prevedono anche opere infrastrutturali su larga scala ispirate a logiche economiche espansive, che possono essere attuate in deroga alle prescrizioni stesse del PUG 2021, mettendo così in discussione la coerenza del modello di sostenibilità proposto. Dal PUG 2021 emerge poi una seconda narrazione dell'immaginario urbano bolognese centrata sull'idea di una città democratica e inclusiva, promossa attraverso interventi per l'accessibilità agli spazi pubblici, alla cultura e alla partecipazione civica. Tuttavia, l'applicabilità dei percorsi partecipativi risulta limitata: sono previsti solo per specifici interventi pubblici e spesso si riducono alla semplice informazione unilaterale alla cittadinanza. Inoltre, il coinvolgimento è riservato a soggetti istituzionalizzati, escludendo di fatto parte della popolazione e riducendo l'efficacia democratica degli strumenti partecipativi bolognesi (Carlone, 2022).

Il futuro in atto: la trasformazione neoliberale dell'immaginario bolognese

Come mostrato in questo breve contributo, negli ultimi anni la municipalità bolognese è stata impegnata in molteplici iniziative volte a ricostruire un immaginario urbano nuovo. In primo luogo la campagna *Bologna City Branding* del 2012 ha promosso un'immagine ottimistica e appiattita della città al fine di attrarre flussi turistici, ponendo così le basi per una "politica spettrale di rappresentazione" (Vanolo, 2017) che esclude dalla rappresentazione della città le soggettività e i problemi sociali considerati 'inaccettabili'. In secondo luogo, il *Piano Strategico Metropolitano 2.0* del 2018 si è impegnato soprattutto nella promozione della città come luogo dell'industria culturale, col fine di attrarre imprese tecnologiche e nuovi residenti: la cultura viene concepita dal Piano come uno strumento neoliberale utile ad incrementare la produzione economica cittadina. In terzo luogo, il *Piano Urbanistico Generale* del 2021 è stato caratterizzato dall'assenza di una governance organica delle trasformazioni urbane, offrendo solo un'impostazione debole in materia di sostenibilità ambientale. La collaborazione pubblico-privata è stata qui assunta come risposta standardizzata a diverse criticità urbane – dalla crisi abitativa alla rigenerazione di aree dismesse – allineando Bologna ai paradigmi dello sviluppo urbano neoliberale (Rossi, 2015). In conclusione, dalla breve analisi esposta in questo contributo emergono una pluralità di immaginari urbani, contraddistinti da un'attenzione posta dalla municipalità principalmente sulla valorizzazione economica delle risorse cittadine. Sebbene gli immaginari promossi dagli strumenti di pianificazione bolognesi appaiano frammentati e contraddittori a livello locale, essi si inscrivono coerentemente all'interno di una tendenza globale ad implementare una progettazione urbana post-moderna, che risponde a delle più ampie logiche globali di competizione interurbana (Dear & Flusty, 1998).

Riferimenti bibliografici

Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. *Journal of Brand Management*, 520–531.

Bonakdar, A., & Audirac, I. (2019). City Branding and the Link to Urban Planning: Theories, Practices, and Challenges. *Journal of Planning Literature*, 1-14.

Camillo, F., & Mucci, S. (2013). *La Percezione di Bologna. Web survey su «testimoni privilegiati»*. Bologna: Dipartimento di Scienze Statistiche UNIBO MoodWatcher. Tratto da http://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/images/Bolognacitybranding/analisi_questionari.pdf

Carlone, T. (2022). Non ci resta che partecipare. Una riflessione sulla partecipazione civica a Bologna tra processi istituzionali ed esperienze dal basso. *Tracce Urbane*, 8(12), 94-118.

Dear, M., & Flusty, S. (1998, March). Postmodern Urbanism. *Annals of the Association of American Geographers*, p. 50-72.

Edwards, C., Jones, G., Lawton, A., & Llewellyn, N. (2002). Public Entrepreneurship: rhetoric, reality, and context. *International Journal of Public Administration*, 25(12), 1539-1554.

Judd, D., & Fainstein, S. (1999). *The Tourist City*. New Heaven & London: Yale University Press.

Lindner, C., & Meissner, M. (2019). Introduction. Urban imaginaries in theory and practice. In C. Lindner, & M. Meissner, *The Routledge Companion to Urban Imaginaries* (p. 1-22). Abingdon-New York: Routledge.

Neri, F. (2013). *Bologna nel giudizio delle persone. Studio di Sentiment Analysis*. Bologna: SyNTHEMA . Tratto da http://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/images/Bolognacitybranding/bologna_sul_web_neri.pdf

- Oguztimur, S., & Akturan, U. (2016). Synthesis of City Branding Literature (1988–2014) as a Research Domain. *International Journal of Tourism Research*, 357–372.
- Pereira, P., & Nofre, J. (2011). Rebuilding urban morphology: new centralities and urban inequalities in Southern European cities. *Sociologia Online – Revista da Associação Portuguesa de Sociologia*, 655-684.
- Pratt, A. C. (2011). The cultural contradictions of the creative city. *City, Culture and Society*, 2, 123-130.
- PSM 2.0. (2018). *Piano Strategico Metropolitano di Bologna 2.0*. Bologna: Città Metropolitana di Bologna.
- PSM. (2013). *Piano Strategico Metropolitano. 1.6 Bologna City Branding*.
- PUG. (2021). *Piano Urbanistico Generale. Disciplina del Piano*. Bologna.
- Rossi, U. (2015). "Urban Neoliberalism". In J. D. Wright, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (p. 846-853). Elsevier.
- Rossi, U., & Vanolo, A. (2010). *Urban Political Geographies. A global perspective*. London: SAGE.
- Urban Center Bologna. (2014). *I Quaderni: E' Bologna, Progetto City Branding*. Bologna: Urban Center Bologna. Tratto da http://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/images/Bolognacitybranding/Q2_Bologna_City_Branding_WEB_bassa.pdf
- Urban Center Bologna. (2015). *Focus Group. Ricerca sulla percezione dell'immagine internazionale di Bologna e del suo posizionamento attuale*. Bologna: Urban Center Bologna.
- Vanolo, A. (2017). *City Branding. The Ghostly Politics of Representation in Globalising Cities*. New York: Routledge.



Parchi urbani e competizioni per lo spazio pubblico: un'esperienza fiorentina

Cecilia Pasini

Università di Firenze

Through the case of Le Cascine Park in Florence, this text investigates how urban green spaces become contested sites over legitimate uses, public access, and urban imaginaries. It examines how cultural events, commercial actors, and securitization policies transform the governance of the park, re-framing it as a space in need of “re-socialization”. The study reveals how Cascine is shaped as a hybrid public-private space, caught in a state of permanent transition that tends to overshadow the present and marginalize existing forms of life.

Il verde urbano, parchi e boschi cittadini sono porzioni dello spazio pubblico che, in un contesto di crisi climatica, surriscaldamento delle città, aumento delle isole di calore e perdurare di elevati valori di inquinamento urbano, acquisiscono centralità nel dibattito pubblico, nelle *policies* urbane e nell'attenzione degli abitanti (Heynen *et al.*, 2006). Spesso queste aree e il processo di *urban greening* sono considerati in modo a-critico, come trasversalmente positivi per la popolazione, che non fanno sorgere questioni controverse o conflittuali (Galmarini, Chiesi, 2024). I parchi sono invece luoghi profondamente politici, in cui la gestione e i tipi di pratiche a essi connesse sollevano questioni di giustizia spaziale e ambientale, ma anche istanze di inclusione e rischi di esclusione, forme di riqualificazione ed esempi di privatizzazione. In alcuni casi l'accesso ai parchi pubblici è regolato su base razziale e sociale (Heynen, 2003; Heynen *et al.* 2006), arrivando a forme di privatizzazione (Smith, 2023). Gli spazi verdi urbani e i processi a loro connessi ci parlano di questioni urbane socio-economiche ed ecologiche e la loro produzione come specifici assemblaggi di nature e culture (Braun, 2005) - dove questa distinzione ontologica sfuma - racconta degli equilibri urbani e del ruolo riservato agli elementi più che umani.

Un aspetto di interesse per la gestione dei parchi come porzioni dello spazio pubblico è l'organizzazione di eventi privati commerciali. Configurandosi come attività considerate imprescindibili da parte dei *policy maker* per il finanziamento delle pubbliche amministrazioni (Smith, 2019), tali eventi fanno emergere riflessioni sui parchi urbani come luoghi pubblici. Infatti, la loro chiusura periodica per eventi come concerti e il ruolo degli enti del privato culturale e commerciale che si occupano della loro organizzazione, fanno ripensare allo statuto dei parchi come luoghi pubblici. Essi diventano piuttosto spazi ibridi: parchi pubblico-privati (Smith, 2023), dove non è più rilevante solo la proprietà - pubblica sulla carta - di tali spazi (Carmona,

2010) ma il diritto di accesso ad essi (Smith, 2023). Se da un lato lo spazio pubblico diventa così privatizzabile per alcune sue porzioni o per limitate durate di tempo, tali processi condizionano anche le forme di governance che lo interessano, con un insieme di attori sociali e stakeholder che acquisiscono un ruolo rilevante nella loro gestione.

A Firenze il parco delle Cascine, parco più grande della città, si trova all'interno di processi di gestione che si agganciano in parte a questi dibattiti e a queste tendenze. Esso riveste dalla sua origine cinquecentesca un ruolo rilevante nella fruizione e nella gestione della città. Si tratta infatti del parco pubblico più grande di Firenze, in una posizione intermedia tra il centro storico della città, il quartiere residenziale dell'Isolotto e la periferia nord-ovest di Novoli. La percezione del suo valore per la città è tale da farlo definire come "simbolo del verde urbano per eccellenza" (Bencivenni, de Vico Fallani, 1998: 130). La storia del parco e le vicende a esso connesse hanno attraversato diverse fasi conoscendo diversi usi, riflesso anche di sviluppi urbanistici e di modifiche strutturali delle città, da rinascimentali a moderne e contemporanee. La stessa destinazione d'uso del parco, così come gli usi legittimi che vi avevano luogo, sono variati nel tempo (Pecchioli, Schiff, 2015).

A partire dagli anni Novanta, e sempre più in anni recenti, attorno al parco hanno iniziato a circolare istanze connesse al suo valore come luogo storico e spazio verde utile a contrastare crisi climatica e riscaldamento urbano, ma anche istanze connesse a degrado e criminalità, al bisogno di una ri-socializzazione per contrastare pratiche e usi considerati illegittimi. La risposta da parte dei *policy maker* e degli stakeholder locali è stata di incoraggiare nuove forme di socializzazione tramite eventi privati e pubblici, il moltiplicarsi di iniziative e attività culturali, e l'intensificarsi di incursioni delle forze dell'ordine. Nel tempo, attività ricreative e attività culturali si incrociano e sovrappongono con sempre maggiore centralità di attori privati che gestiscono porzioni del parco.

Alcuni esempi sono la concessione di alcune parti del parco, come quella dell'Ippodromo Le Mulina, che ha generato un oneroso contenzioso dell'amministrazione comunale con Pegaso s.r.l., la società concessionaria del complesso dal 2015. Il Comune aveva deliberato la decadenza della concessione, ma nel 2017 Pegaso si era appellata al TAR, vincendo il ricorso che ha condannato il comune a un risarcimento di oltre 270 mila euro.



Figura 1. L'ippodromo Le Mulina, fotografia dell'autrice

Di più semplice sviluppo sono invece le relazioni con altri attori del privato sociale del parco, come quella per la gestione dell'antico casino per la caccia e punto di ristoro, in concessione dal 2018 al Centro nazionale di produzione per la danza Virgilio Sieni e che prende il nome di Palazzina Indiano Arte, così come la gestione

delle ex Scuderie Granducali, dal 2019 centro PARC che si articola in un bistrot, un centro culturale e per la promozione delle arti performative, e il centro visite del parco, in gestione alla Fondazione Fabbrica Europa. Durante l'estate inoltre la società Le Nozze di Figaro organizza e gestisce le attività interne alla Visarno Arena, dove vengono organizzati grandi concerti e il festival "Firenze Rocks" che ospita artisti del calibro di Guns'n'Roses e Green Day, e Ultravox, attività commerciale che ospita spettacoli e concerti in un prato del parco, quello della Tinaia, e nell'anfiteatro Ernesto de Pascale. Varie attività commerciali sono presenti nel parco, una delle quali è il mercato settimanale che si svolge nel piazzale delle Cascine. Al mercato è connessa l'organizzazione di fiere semestrali organizzate nei weekend da parte dell'Associazione Idea che conta tra i suoi iscritti più di 300 commercianti e ha sviluppato negli anni un marcato interesse per il parco.



Figura 2. Ultravox nel prato della Tinaia, fotografia dell'autrice

Il discorso e le azioni che si articolano attorno al parco si concentrano sulla sua valorizzazione come parte del patrimonio della città, sia per la sua valenza storico-culturale sia ambientale. L'importanza e l'urgenza di tale valorizzazione si scontrano però con un discorso pubblico, fortemente amplificato dalla politica cittadina e dai media locali, incentrato su questioni di sicurezza, degrado, spaccio e consumo di sostanze. Il discorso sul parco è spesso abbinato a imperativi di rigenerazione dall'alto e a prospettive di un prossimo cambiamento radicale nella sua gestione. Le forme di socializzazione che già avvengono, le pratiche e gli usi quotidiani rimangono fuori dalle narrazioni mainstream e dalla percezione diffusa degli abitanti della città. Alimentata dalla stampa, la descrizione del parco come luogo non sicuro fa parte del senso comune della popolazione urbana. Alcuni esempi sono gli articoli di stampa locale che si concentrano principalmente su furti, episodi di violenza o incidenti. Il parco delle Cascine viene definito come un luogo simbolo di una presunta "nuova ondata" di insicurezza che Firenze starebbe attualmente affrontando, con titoli della stampa locale quali: "Firenze, il parco delle Cascine fa paura: 'Droga e minacce, può succedere di tutto'. Con l'arrivo del caldo, il parco diventa sempre meno sicuro"; e ancora: "Il parco delle Cascine è uno dei luoghi più pericolosi di Firenze. È l'esaltazione dell'illegalità. Il ricettacolo degli emarginati. La sublimazione della paura". Anche gli articoli che cercano di opporsi a questa narrazione, concentrandosi su pensieri e pratiche di chi vive la quotidianità del parco, prendono come punto di riferimento la percezione di insicurezza: "Cascine, la parola a chi ci va tutti i giorni: 'La situazione? Non è così drammatica dappertutto'".

L'altro argomento principale, riguarda la necessità di contrastare i problemi del parco e di rigenerarlo con forme di nuova socializzazione o sicurezza. Questi due argomenti si sono ulteriormente rafforzati nel contesto della recente campagna elettorale per l'elezione della nuova sindaca (giugno 2024). Anche se questo è stato un argomento prioritario per i candidati della coalizione di destra - alcuni di loro propongono di costruire una recinzione ai confini del parco - anche nel programma del centro-sinistra - che è risultato vincitore delle

elezioni - si può leggere questa necessità di gestire il parco e di “renderlo più vivace e sicuro” in particolare per alcune aree considerate particolarmente pericolose, e di “restituirlo alla popolazione nella sua interezza”¹. Politici e politiche affermano che è necessario “riprendersi il parco” che “appartiene ai fiorentini”, inquadrando in modo vago ma implicitamente escludente chi siano “i fiorentini” destinatari di tali operazioni di recupero. Per contenere la criminalità è stata aumentata la presenza di personale addetto alla sicurezza, con una volante della polizia municipale - comparsa nel dibattito pubblico con la definizione di “PolCascine” - che ha costituito per alcuni mesi un presidio fisso nel parco. Sembra quindi che l’effettiva attuale socializzazione del parco sia fortemente contrastata e stigmatizzata. Le pratiche sociali e gli usi quotidiani che si svolgono all’interno del parco sono giudicati illegittimi e favoriscono la criminalità, l’insicurezza e la paura. Allo stesso tempo le stesse forze politiche dimostrano in alcuni casi la loro comprensione del processo in atto. Come si legge nel documento programmatico della coalizione di centro-sinistra: “In pochi casi, come accade per Le Cascine, il rischio di essere influenzati da stereotipi e luoghi comuni è forte. Il Parco è molto di più della storia dei suoi problemi: è frequentato ogni settimana da migliaia di persone per fare sport, rilassarsi, studiare, passeggiare, fare volontariato, andare al mercato e molto altro. Le Cascine sono, infatti, una realtà multiforme e variegata”².

All’interno di questo dibattito, l’élite politica, come gli stakeholder culturali e commerciali, alimentano la necessità di rigenerare il parco, soprattutto attraverso attività culturali e forme di ri-socializzazione che lo rendano più “vivo”. Tali processi sono incoraggiati anche da iniziative portate avanti dalle amministrazioni che incoraggiano l’organizzazione di eventi presso il parco. Un esempio sono le azioni compiute a partire dal 2011 attorno all’Anfiteatro de Pascale e al prato delle Cornacchie, per i quali viene bandita una selezione pubblica per la realizzazione di progetti artistico-culturali per la realizzazione di eventi³.



Figura 3. Festival El Galactico organizzato dai Baustelle nell’Anfiteatro de Pascale, fotografia dell’autrice

¹ Programma elettorale “Firenze plurale, tante idee, una città”, reperibile al link: https://www.sarafunaro.it/wp-content/uploads/2024/05/Programma_Firenze_al_plurale.pdf (consultato il 14 aprile 2025).

² Programma elettorale “Firenze plurale, tante idee, una città”, reperibile al link: https://www.sarafunaro.it/wp-content/uploads/2024/05/Programma_Firenze_al_plurale.pdf (consultato il 14 aprile 2025).

³ Deliberazione di Giunta, 26/04/2011, reperibile online al link: [https://accessoconcertificato.comune.fi.it/OdeProduzione/FIODEWeb1.nsf/AttiWEB/23C4EC5ACD7CDCEEC125788C0002EA25/\\$File/2011_G_00091.pdf](https://accessoconcertificato.comune.fi.it/OdeProduzione/FIODEWeb1.nsf/AttiWEB/23C4EC5ACD7CDCEEC125788C0002EA25/$File/2011_G_00091.pdf) (consultato il 14 aprile 2025).

Un esempio più recente, del marzo 2025, riguarda una delibera per lo “Sconto per le attività e le iniziative nel Parco delle Cascine” che ha promosso l’agevolazione del 50% del canone patrimoniale di occupazione del suolo pubblico e del canone per le concessioni mercati per tutte le manifestazioni ed eventi temporanei⁴. Obiettivo dichiarato è una ri-socializzazione del parco da svolgersi tramite attività culturali e commerciali, un parco che si considera vuoto, privo di pratiche che vi si svolgano quotidianamente, da “riempire” con attività e iniziative.

Concludendo, appare chiaro come nel parco delle Cascine si instaurino competizione per gli usi legittimi degli spazi verdi urbani, forme di stigmatizzazione e istanze di inclusione. Nel caso fiorentino emerge chiaramente un’idea specifica di quale tipo di socialità sia consentita e richiesta per il parco. Ri-socializzazione e riattivazione culturale vengono affidate all’organizzazione di eventi artistico-culturali per la cui realizzazione sono protagonisti attori del privato culturale e commerciale che ottengono in concessione o gestione alcune parti del parco. In questo senso non si realizza un’effettiva privatizzazione dello spazio pubblico del parco (Smith, 2019 2023), ma in alcune parti di esso l’accesso è regolato dall’organizzazione di eventi, in alcuni casi - seppur non sempre - con ingresso a pagamento e/o con attività commerciali ad essi connessi. Da parte delle élite politiche e degli attori del privato culturale la trasformazione è continuamente prefigurata, anticipata e promossa, collocando il parco in un clima di costante attesa per un cambiamento imperativo, in un presente che è costantemente da rifuggire.

Riferimenti bibliografici

- Bencivenni M., de Vico Fallani M. (1998). *Giardini pubblici a Firenze dall’Ottocento a oggi*, Firenze: Edifir.
- Carmona, (2010). Contemporary public space, part two: Classification. *Journal of Urban Design*, 15(2): 157–173.
- Garmarini B., Chiesi L. (2024). Repoliticizing Green Spaces in Urban Transitions. The Relevance of Governance for Equitable Ecological Planning. *Società Mutamento Politica Rivista Italiana di Sociologia*, 15(30): 13-25.
- Gould K. A., Lewis T. L. (2017). *Green Gentrification. Urban sustainability and the struggle for environmental justice*. Londra, New York: Routledge.
- Heynen N., Perkins H.A., Roy P. (2006). The Political Ecology of Uneven Urban Green Space. The Impact of Political Economy on Race and Ethnicity in Producing Environmental Inequality in Milwaukee. *Urban Affairs Review*, 42(1): 3-25.
- Heynen N. (2003). The scalar production of injustice within the urban forest. *Antipode*, 35: 980-998.
- Pecchioli L., Schiff S. (2015). Le Cascine di Firenze: dall’Isola alla tramvia. *Ri-Vista. Research for Landscape Architecture*, 4(2): 20-31.
- Smith A. (2023). Private events for public benefit? Events and the emergence of public-private parks. *Event Management*, 27: 809-813.
- Smith, A. (2019). Event takeover? The commercialisation of London’s parks. In: Smith A. e Graham A., a cura di, *Destination London: The expansion of the visitor economy*. Londra: University of Westminster Press.

⁴ Sconto per le attività e le iniziative nel Parco delle Cascine, reperibile al link: <https://www.comune.firenze.it/comunicati-stampa/sconto-le-attivit e-le-iniziativa-e-le-iniziativa-nel-parco-delle-cascine> (consultato il 14 aprile 2025).



Porta Palazzo sotto pressione: il mercato tra trasformazioni urbane e continuità sociali

Francesca Ru

Uppsala University

Focusing on the case of Porta Palazzo in Turin, this article investigates how urban regeneration and tourism-oriented strategies intersect with the social and economic functions of a historic working-class market. Based on ethnographic fieldwork and interviews with vendors and local officials, this study highlights that although the Porta Palazzo is under gentrification pressures, it remains central for low-income and migrant population.

I mercati rionali sono, sin dall'antichità, una componente centrale del tessuto urbano di molte città europee e non, in quanto rappresentano il luogo di scambio commerciale per eccellenza, in cui è possibile trovare una gamma molto diversificata di prodotti alimentari e altri beni di prima necessità a basso prezzo (Newing et al., 2023). I mercati favoriscono quindi l'inclusione economica, a vantaggio degli acquirenti ma anche dei venditori. Ciò è attribuibile ai prezzi generalmente bassi dei beni, alle basse barriere all'ingresso e alle significative opportunità per le attività economiche informali. Per questo motivo i mercati svolgono ruolo cruciale per i migranti (Ambrosini and Castagnone, 2010; Morales, 2009; Öz and Eder, 2012; Vietti, 2018). Inoltre, a differenza di altri spazi commerciali, come per esempio i supermercati, dove le relazioni sociali tendono ad essere anonime e standardizzate, i mercati sono importanti luoghi di scambio sociale e offrono vie di fuga dalla solitudine per alcune fasce della popolazione, come le persone anziane e le madri single (Watson & Studdert, 2006). Queste caratteristiche rendono i mercati dei luoghi non solo di scambio economico, ma anche sociale: essi favoriscono l'inclusione e per questo motivo sono considerati da alcuni autori come delle infrastrutture sociali (Latham & Layton, 2019, 2022) con un valore per la comunità (González et al., 2021).

Tuttavia, negli ultimi decenni, i mercati di molte città del Nord Globale si trovano in una "critical juncture" (González & Waley, 2013). Da un lato, attraversano periodi di declino e abbandono a causa della proliferazione dei centri commerciali e dell'incuria da parte delle autorità pubbliche. Dall'altro lato, sono stati riscoperti come potenziali attrazioni turistiche, fonti di profitto e strumenti di rigenerazione urbana (González, 2018, 2020; Janssens & Sezer, 2013). Negli ultimi anni si è diffuso un nuovo modello di mercato, basato sull'offerta di prodotti alimentari biologici, locali e artigianali e spazi per il consumo sul posto. Questa tipologia di mercato è stata definita da Arreortúa (2017) il "gourmet market" e i due casi più noti sono il Mercato della Boqueria a Barcellona (vedi, ad esempio, Lindmäe & Madella, 2022) e il Borough Market a

Londra, che hanno fatto da modello per altri mercati. A causa delle trasformazioni che stanno subendo, alcuni mercati possono diventare nuove frontiere della gentrificazione (González & Waley, 2013).

Questo contributo intende mettere in luce le pressioni gentrificatrici sul mercato all'aperto più grande d'Europa, il mercato di Porta Palazzo a Torino, che si trova, riprendendo l'espressione di González e Waley, in una *critical juncture*. Il presente studio si fonda su una rassegna della letteratura e una ricerca etnografica svolta tra settembre e dicembre 2023, durante la quale sono state condotte 32 interviste semi-strutturate ai commercianti che lavorano al mercato e nelle attività sulla piazza, come bar e altri negozi, e agli amministratori locali.

Il mercato di Porta Palazzo si trova in Piazza della Repubblica (Figura 1), in uno spazio al confine tra due zone contrastanti: il Quadrilatero Romano a sud e il quartiere Aurora a nord. Il Quadrilatero Romano fa parte del centro città ed è stato oggetto di un processo gentrificazione a partire dagli anni '80 (Semi, 2004, 2005). Aurora, invece, è un quartiere multietnico e popolare che appartiene alla periferia nord di Torino. Porta Palazzo può quindi essere considerato un punto di congiunzione tra questi tessuti urbani divergenti (Semi, 2015). Il mercato di Porta Palazzo si estende su una superficie di 51.300 metri quadrati, ospita quasi 100.000 visitatori ogni settimana e oltre 700 banchi¹. Aperto dal lunedì al sabato, offre una grande varietà di prodotti, dalla frutta e la verdura all'abbigliamento e agli articoli per la casa. Lo spazio del mercato è suddiviso in quattro quadranti, ciascuno associato a diversi tipi di merce, e in ogni quadrante è presente una struttura per un mercato coperto.



Figura 1. Piazza della Repubblica vista dall'alto²

Due di queste strutture hanno recentemente cambiato funzione. La prima – ex sede del mercato dell'abbigliamento, nota anche come PalaFuksas e da tempo in uno stato di abbandono - nel 2019 è stata venduta alla catena Mercato Centrale, che opera anche a Firenze, Milano e Roma. Grazie a una collaborazione con il Comune e un investimento di sei milioni di euro da parte dell'imprenditore Umberto Montano,

¹ [mercato di Porta Palazzo - Torino cambia](#)

² Tutte le fotografie di questo contributo sono state scattate dall'autrice

proprietario del Mercato Centrale, il PalaFuksas (Figura 2) è stato trasformato in una food hall, uno spazio con venti piccoli ristoranti – definiti “botteghe” – che offrono piatti tipici italiani. La seconda struttura, che ospitava lo storico mercato del pesce, è stata chiusa nel 2021 dall’Azienda Sanitaria Locale. Da qualche anno il Comune punta a venderla a un investitore, con l’obiettivo di creare uno spazio simile a quello del Mercato Centrale, ma incentrato sul pesce. Inoltre, su piazza della Repubblica nel 2020 ha aperto l’ostello Combo, parte di una catena di ostelli presente anche a Venezia, Bologna e Milano. Combo ospita non solo un ostello con bar, ma anche un ristorante e spazi di coworking (Figura 3).



Figura 2. Il PalaFuksas, dove dal 2019 si trova il Mercato Centrale.



Figura 3. Le formule per usufruire dello spazio coworking di Combo.

Tuttavia, la sua apertura ha comportato lo sfratto degli ex-residenti dell’edificio e la chiusura dei piccoli negozi al dettaglio che prima operavano al piano terra. Tra le trasformazioni più recenti dell’area figurano le sovvenzioni concesse dalla città nel 2023 ai commercianti del mercato per l’ammodernamento delle loro bancarelle e un’importante ristrutturazione della piazza, finanziata dai fondi Next Generation EU post-pandemia Covid-19 nel 2024, volta a migliorare le strutture edilizie del mercato e a rivitalizzare le attività economiche e culturali del quartiere.

Negli ultimi anni, non solo Porta Palazzo, ma il quartiere Aurora in generale ha subito significative trasformazioni urbane, che Bragaglia descrive come “chirurgia estetica urbana” (2024, p. 6), come l’apertura di scuole private, una serie di sfratti, l’aumento dei prezzi delle case, la proliferazione di Airbnb e l’attrazione di investitori privati, come nel caso della Lavazza, che ha aperto la sua sede a pochi isolati dal mercato (Bolzoni & Semi, 2023).

La letteratura scientifica degli ultimi cinque anni mette in luce come le trasformazioni appena illustrate contribuiscano all’avanzare di processi di gentrification e foodification nell’area di Porta Palazzo e di Aurora in generale (Bolzoni & Semi, 2023, 2025; Bourlessas et al., 2022; Cenere & Bourlessas, 2022), processi che in molti casi sono sostenuti dall’attore pubblico. I mercati, presenti in quasi tutti i quartieri, sono considerati dal Comune come un elemento che contraddistingue Torino dalle altre città. Nel 2023 il Comune ha lanciato la campagna “Torino Mercati” (Figure 4 e 5), per promuovere Torino come “città dei mercati”.



Figure 4 e 5. I manifesti della campagna Torino Mercati affissi dalla città per le vie di Torino.

Questa strategia fa parte di un più ampio sforzo volto a ridefinire l'identità della città, allontanandosi dalla sua storia industriale legata alla produzione automobilistica della FIAT e concentrandosi invece sulla gastronomia e la cultura (Bragaglia, 2024; Vanolo, 2015). La campagna ha previsto la distribuzione di materiale promozionale — tra cui magliette e grembiuli per i commercianti del mercato — la realizzazione di manifesti con immagini di prodotti alimentari e lo sviluppo di un'app che mappa i mercati della città e offre informazioni in italiano, francese e inglese. Questa app, però, non è disponibile nelle lingue più parlate dai principali clienti stranieri del mercato, come l'arabo, il cinese e il rumeno, poiché rivolta principalmente ai turisti. Il Comune punta infatti a rendere i mercati, e in particolare quello di Porta Palazzo, delle attrazioni turistiche. Come emerge dalle interviste con alcuni funzionari pubblici, i modelli di riferimento sono i già citati mercati de la Boqueria di Barcellona e il Borough Market di Londra, esempi chiave di "mercati gourmet". Per raggiungere questo obiettivo, l'amministrazione cittadina punta ad ampliare l'offerta di street food e a sostenere investimenti privati, come quelli che hanno portato all'apertura di Combo, del Mercato Centrale e del futuro mercato del pesce.

Queste iniziative esercitano pressioni gentrificanti sul mercato, con effetti materiali già in atto, sebbene poco visibili e spesso ignorati dalle narrazioni ufficiali. Tra questi effetti si segnalano, ad esempio: l'allontanamento dei venditori di scarpe dall'ingresso del Mercato Centrale; lo spostamento dei venditori di pesce in altri mercati coperti sulla piazza, in seguito alla chiusura del mercato del pesce; lo sfratto degli ex residenti e delle attività commerciali dall'edificio oggi occupato dall'ostello Combo. Poiché il Comune sostiene queste trasformazioni, i venditori del mercato si sentono abbandonati e impotenti di fronte all'arrivo delle nuove catene commerciali sulla piazza.

Mercato Centrale e Combo, le due nuove catene commerciali insediate sulla piazza, tendono a escludere parte della popolazione che frequenta abitualmente il mercato. I venditori del mercato, nelle interviste, affermano di non frequentarle per via dei prezzi elevati e, come racconta un lavoratore del Mercato Centrale, la popolazione di fede musulmana non può consumare i piatti di carne perché non halal. Queste due nuove realtà commerciali sono percepite dai lavoratori del mercato come isolate e separate dal quartiere. Il loro

impatto sul mercato è stato pressoché nullo: non hanno prodotto né un aumento né un cambiamento nella tipologia della clientela. Combo e Mercato Centrale attirano una clientela diversa, che non frequenta il mercato o - come nel caso dei turisti- che lo visita senza fare acquisti. Come emerge dalle interviste con i commercianti del mercato, i turisti non costituiscono una componente significativa della clientela e, sebbene l'amministrazione comunale voglia aumentarne la presenza, non contribuirebbero agli introiti dei commercianti poiché interessati a un'altra tipologia di prodotti.

Nonostante queste pressioni, il mercato di Porta Palazzo continua ad attirare una popolazione di origine straniera, composta da persone migranti, e a basso reddito. Come raccontano alcuni commercianti, molti clienti cercano di contrattare i prezzi dei prodotti. I venditori hanno quindi adattato la loro offerta ai gusti delle persone straniere che frequentano la piazza, e non a quelli delle classi medie o dei turisti. Grazie alla varietà dell'offerta e ai prezzi contenuti, il mercato resta così un luogo prevalentemente per la spesa quotidiana e per l'acquisto di grandi quantità di beni, che vengono spesso trasportati in tram con grandi carrelli da persone che vivono in altri quartieri della città. Il consumo sul posto, caratteristico dei "gourmet market" - nei quali è possibile trovare, per esempio, bicchieri di frutta a pezzetti da consumare passeggiando- è ancora molto limitato.

Il bar del Mercato Centrale e quello dell'ostello Combo durante la giornata sono frequentati soprattutto da persone di origine magrebina, come emerso dalle osservazioni e dalle interviste con i lavoratori di queste attività. Si assiste così a un'appropriazione di spazi concepiti per accogliere turisti e persone con alto capitale economico e culturale da parte di altre popolazioni, che utilizzano solo una parte limitata dei servizi, consumando caffè e rimanendo ai tavoli a conversare per ore senza ordinare altro. Questo modo di vivere gli spazi richiama quella che Mathieu Giroud (2011, p. 51) descrive come "continuità popolari al interno di [...] nuovi spazi riqualificati." La presenza di queste popolazioni è strettamente legata al mercato che, pur subendo le pressioni della gentrificazione della zona circostante, rappresenta al contempo un elemento, seppur involontario, di resistenza alla gentrificazione.

Riferimenti bibliografici

Ambrosini, M. & Castagnone, E. (2010). Mercati all'aperto e venditori immaginari: nuovi volti di un'antica storia. In *L'integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani*. Camera di commercio di Torino. [imp integrazione xweb:Layout 1 \(camcom.it\)](http://www.camcom.it)

Arreortua, L. A. S. (2017). Gourmet markets as a commercial gentrification model: The cases of Mexico City and Madrid 1. In *Contested Markets, contested cities* (pp. 86-98). Routledge.

Bolzoni, M., & Semi, G. (2023). Adaptive urbanism in ordinary cities: Gentrification and temporalities in Turin (1993–2021). *Cities*, 134, 104144. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.104144>

Bolzoni, M., & Semi, G. (2025). Between a soft and a hard place: Southern European gentrification for short-term populations. *European Urban and Regional Studies*, 09697764251333770. <https://doi.org/10.1177/09697764251333770>

Bourlessas, P., Cenere, S., & Vanolo, A. (2022). The work of foodification: An analysis of food gentrification in Turin, Italy. *Urban Geography*, 43(9), 1328–1349. <https://doi.org/10.1080/02723638.2021.1927547>

Bragaglia, F. (2024). Another sign on the wall: Graffiti slogans between dissent and post-political dynamics. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 23996544241230185. <https://doi.org/10.1177/23996544241230185>

Cenere, S., & Bourlessas, P. (2022). Di cosa parliamo quando parliamo di foodification? Riflessioni a partire da Porta Palazzo a Torino. *RIVISTA GEOGRAFICA ITALIANA*, 4, 61–80. <https://doi.org/10.3280/rgioa4-2022oa14997>

- Giovanni Semi. (2004). Il quartiere che (si) distingue. Un caso di “gentrification” a Torino. *Studi culturali*, 1, 83–108. <https://doi.org/10.1405/13254>
- Giroud, M. (2011). Usages des espaces rénovés et continuités populaires en centre ancien: *Espaces et sociétés*, n° 144-145(1), 37–54. <https://doi.org/10.3917/esp.144.0037>
- González, S. (Ed.). (2018). *Contested markets, contested cities: Gentrification and urban justice in retail spaces*. Routledge.
- González, S. (2020). Contested marketplaces: Retail spaces at the global urban margins. *Progress in Human Geography*, 44(5), 877–897. <https://doi.org/10.1177/0309132519859444>
- Gonzalez, S., Taylor, M., Newing, A., Buckner, L., & Wilkinson, R. (2021). *Grainger Market: A community asset at the heart of Newcastle upon Tyne*. University of Leeds. <https://doi.org/10.5518/100/56>
- Gonzalez, S., & Waley, P. (2013). Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode*, 45(4), 965–983. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2012.01040.x>
- Janssens, F., & Sezer, C. (2013). “Flying Markets” Activating Public Spaces in Amsterdam. *Built Environment*, 39(2), 245–260. <https://doi.org/10.2148/benv.39.2.245>
- Latham, A., & Layton, J. (2019). Social infrastructure and the public life of cities: Studying urban sociality and public spaces. *Geography Compass*, 13(7), e12444. <https://doi.org/10.1111/gec3.12444>
- Latham, A., & Layton, J. (2022). Social infrastructure: Why it matters and how urban geographers might study it. *Urban Geography*, 43(5), 659–668. <https://doi.org/10.1080/02723638.2021.2003609>
- Lindmäe, M., & Madella, M. (2022). La Boqueria, “the mirror of what Barcelona represents.” In C. Sezer & R. Van Melik, *Marketplaces* (1st ed., pp. 63–75). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003197058-6>
- Morales, A. (2009). Public Markets as Community Development Tools. *Journal of Planning Education and Research*, 28(4), 426–440. <https://doi.org/10.1177/0739456X08329471>
- Newing, A., Clarke, G., Taylor, M., González, S., Buckner, L., & Wilkinson, R. (2023). The role of traditional retail markets in addressing urban food deserts. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/09593969.2023.2198251>
- Öz, Ö., & Eder, M. (2012). Rendering Istanbul’s Periodic Bazaars Invisible: Reflections on Urban Transformation and Contested Space: The contested space of Istanbul’s periodic bazaars. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(2), 297–314. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2011.01076.x>
- Semi, G. (2005). « Chez Saïd » à Turin, un exotisme de proximité: *Ethnologie Française*, Vol. 35(1), 27–36. <https://doi.org/10.3917/ethn.051.0027>
- Semi, G. (2015). *Gentrification: Tutte le città come Disneyland? Il mulino*.
- Vanolo, A. (2015). The image of the creative city, eight years later: Turin, urban branding and the economic crisis taboo. *Cities*, 46, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.04.004>
- Vietti, F. (2018). I mercati rionali a Torino al tempo della sharing economy: marginalità sociale ed esperienze di welfare di comunità. . In *Torino. Un profilo etnografico*, Milano, Meltemi
- Watson, S., & Studdert, D. (with Joseph Rowntree Foundation). (2006). *Markets as sites for social interaction: Spaces of diversity*. Published for the Joseph Rowntree Foundation by Policy Press.



Di bellezza si vive. C., il nuovo abitante

Laura Raccanelli

Università di Milano Bicocca

This article draws on urban ethnography conducted in the Corvetto district of Milan, a stigmatized area undergoing transformation ahead of the 2026 Winter Olympics. Through the narrative of C., a newly arrived white middle-class resident, it examines how language, affect, and aesthetic preferences enact gentrification and produce selective urban imaginaries. C.'s discourse reveals how residential trajectories and middle-class aesthetics help trace boundaries of power, relegating non-conforming populations to the urban margins.

Quanto segue è un estratto della tesi di dottorato in antropologia urbana, redatta nell'ambito del corso di dottorato Urbeur - Studi Urbani dell'Università di Milano-Bicocca. Basata su un'etnografia urbana condotta tra settembre 2022 e febbraio 2024, la ricerca ha osservato il processo di estetizzazione in pratica nel quartiere di periferia di Corvetto a Milano, analizzandone i processi decisionali e gli attori coinvolti e, allo stesso tempo, seguendo l'intero patrimonio simbolico che questo comporta, attraverso un'etnografia del "camouflage" degli spazi urbani: l'atto di aggiungere, rimuovere, nascondere e/o conservare determinate immagini urbane. Milano, anche conosciuta come la città della "messa in scena di tutto" (Böhme, 2017), rappresenta un caso particolarmente interessante per analizzare la vita economica e sociale dei prodotti visuali e del loro consumo. In questo contesto, la ricerca si è concentrata sulla trasformazione di quella che ho chiamato il "quartiere del pre-mega-evento": l'area sud-orientale della città, che nei prossimi anni sarà la più interessata dai grandi investimenti legati alle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026, dove oggi sono già conclusi i lavori del nuovo Villaggio Olimpico e del nuovo Palalitalia. Situato proprio nel mezzo di questi cantieri, si trova il quartiere di Corvetto, il quartiere "unwanted" di Milano. Nato negli anni Trenta come quartiere di edilizia popolare e oggi abitato da circa 36.000 persone, Corvetto continua a essere raccontato come una "no-goes area", nonostante negli ultimi cinque anni abbia conosciuto cambiamenti significativi. Infatti, sta prendendo forma una nuova immagine del quartiere legata al grande motore delle prossime Olimpiadi: una strategia esplicita di destigmatizzazione che punta a presentare Corvetto come un "nuovo quartiere creativo". Seguendo le tappe tradizionalmente descritte negli studi sui processi di gentrificazione, questo fenomeno risulta particolarmente evidente nell'area a nord del quartiere. Qui, negli ultimi anni, è stato condotto un intenso lavoro di comunicazione per rilanciare la zona con l'acronimo Soupra – South of Prada – in riferimento alla vicinanza della Fondazione Prada, una delle più importanti istituzioni private di arte contemporanea, legata all'omonimo e celebre brand del lusso. La tesi ha analizzato le scelte e le decisioni

delle amministrazioni che possono stabilire cosa – e chi – debba essere reso visibile e cosa invece no (Zukin, 2002, p. 7).

Il lavoro sul campo mi ha permesso di incontrare diversi residenti bianchi arrivati recentemente, che hanno vissuto la scelta di abitare in questo contesto come una vera e propria opzione di stile di vita. Molti di loro sono stati attratti dalla varietà e dall'autenticità delle atmosfere del quartiere, ma a questo fascino si accompagna anche l'opportunità di beneficiare dei bassi prezzi degli immobili nella zona. In questo paragrafo racconto la storia di C., un nuovo abitante particolarmente attivo di Corvetto. Le sue parole mi permettono di riassumere perfettamente le tensioni tra ciò che si vuole vedere e ciò che non si vuole vedere in questo quartiere.

C. è un giornalista, abitava in un quartiere centrale di un'altra importante realtà metropolitana del centro Italia. Un giorno, stanco 'di vivere in una città così mal governata', come mi racconta, decide di cambiare vita e trasferirsi a Milano, che sceglie proprio in virtù della sua fama di città più dinamica e promettente. Inizia a monitorare il mercato immobiliare milanese, compra casa a Corvetto nel 2019 e si trasferisce definitivamente nel 2020. A un certo punto mi ero detto che quasi quasi si poteva provare a vedere di comprare qualcosa a Milano, in una zona non cara. [...] Guardavo un po' nella zona del Gallaratese e a Corvetto, uscivano queste zone all'epoca su quel prezzo. [...] Alla fine però continuando a venire a vedere case qua [a Corvetto], ho detto ca**o ma è figo! Mi piaceva. [...]

Io ho preso questa casa a meno di 2000 euro al metro. Oggi il suo valore è raddoppiato. È un bellissimo condominio, ma prima non era così bello. Nel frattempo, hanno restaurato tutto. I condomini di fronte li hanno tutti restaurati, in quattro anni la via è cambiata completamente. Le stradine erano tutti condomini grigi, beige, color topo...li hanno restaurati tutti, anche quelli di fronte che erano, che erano ancora messi peggio. Sono ex case popolari.

Mi sono innamorato di questa casa: all'ottavo piano, dal balcone si vedono le Alpi, tutti gli Appennini, dal Trentino-Alto Adige alla Valle d'Aosta e alla Francia. Io entro dentro questa casa, quando me la fa vedere il tipo dell'agenzia immobiliare, e nella parte ovest si vedeva tutta quanta la città lo skyline, il Duomo, la Madonnina e dall'altra parte mi sono affacciato e ho visto Chiaravalle. Ho detto, no, fermi tutti. Questa è quella giusta.

[Intervista a C., 6/2/2024]

C. mi racconta il processo di ricerca della casa a Milano e nel farlo si sofferma sui motivi principali per cui ha scelto proprio Corvetto:

La motivazione vera, se vuoi sapere, oltre la metropolitana sì, va bene tutto, ma mi sono reso conto solo dopo della comodità straordinaria di questo luogo. Però la vera motivazione inizialmente è stata questa cosa della campagna. [...] Poter uscire e farmi una pausa dal lavoro, poter andare a fare una passeggiata in mezzo ai cavalli, alle pecore... Vedi oggi lavoravo, no? E verso le 16:30 sentivo il gallo! Ci sono due cascine lì in mezzo, abusive, pieni di galli e pollai. Questa cosa mi affascinò moltissimo...

E poi c'è una fioritura impressionante di spazi culturali e ne nasceranno anche...quando sono arrivato su Google Maps mettevo le stelle ai ristoranti e i cuori agli spazi culturali, avevo una mia personale segnaletica. All'inizio sembrava una zona indietro, però, per dirti cosa è successo, ora c'è un arcipelago di posti culturali: da via Farini Work, in via Quaranta a Terzo Paesaggio e poi ovviamente c'è la Fondazione Ica e lì vicino nascerà un'altra galleria d'arte e ne aprirà un'altra qua vicino. Ecco, insieme alla campagna un altro motivo per venire in questa zona sono stati questi cuori, che non erano tanti come adesso, erano due o tre ma ce n'erano già, la Galleria zero che sta qua in via Boncompagni, per esempio. Negli ultimi tempi questi cuori mi hanno fatto pensare che la zona cambierà in fretta...non è che ci vuole un genio...Questa è una parte molto importante.

[Intervista a C., 6/2/2024]

C. ha ben chiaro come gli spazi e gli attori culturali, in quanto simboli dell'economia creativa e del repertorio delle industrie culturali urbane, hanno conseguenze materiali sui quartieri: come hanno mostrato bene gli studi culturali, l'apertura di una galleria d'arte in un quartiere che non era interessante per la scena artistica cittadina, pur non rappresentando un problema in sé, segnala senza dubbio che qualcosa sta cambiando (Zukin, 2002; Semi, 2015). Come sostiene Giovanni Semi, 'guardare alle frontiere culturali tra gruppi e classi sociali consente la presa in considerazione di come le nuove forme di disuguaglianza si basino sempre più sui consumi, gusti e repertori simbolici' (Semi, 2015, p. 101). C. incarna infatti l'habitus urbano della nuova classe media, attratta da un'autenticità selettiva (l'accesso al verde, i pollai, le pecore, i nuovi spazi culturali...): il quartiere non è solo uno spazio abitativo, ma un oggetto di consumo simbolico per la sua autenticità, diversità, e il suo fascino popolare. Il desiderio di autenticità convive però con una logica speculativa. C. intravede chiaramente la possibilità della riqualificazione estetica e, soprattutto, immobiliare del quartiere, una previsione che nel suo discorso ci tiene a sottolineare più volte. Come sottolinea lui stesso, C., al momento dell'acquisto aveva ben chiaro il meccanismo del rent gap. I bassi prezzi sono senza dubbio principalmente l'opportunità di un buon investimento e nelle sue parole l'identità del luogo viene valorizzata, ma anche capitalizzata. La scelta di Corvetto come *lifestyle choice* si relaziona con la necessità economica di far fruttare i suoi diversi investimenti.

C'era una continua sostituzione nel mio pianerottolo. Tutte e due le case sono andate via così nel giro di pochi mesi, infatti ci sono io e a fianco c'è un'altra famiglia giovane con dei bambini piccoli e tutto sta trasformandosi in questo modo...

Ho cercato a lungo di comprare un'altra casa a Corvetto. Me ne sono sfuggite un paio, inclusa una nel tuo palazzo - che è un palazzo bellissimo! [...] Vabbè, poi ho fatto altre cosette, ho comprato un negozietto... [...] Certo ora costano quasi il doppio rispetto all'epoca. [...] A me non esce più niente. Io avevo degli alert o come si chiamano. Come si fa sul sito [delle offerte immobiliari], no? [Nel motore di ricerca selezionavo] tutte le case sopra i 70 metri e sotto i 3000 al metro quadro. Niente da mesi. Prima mi arrivavano continuamente. Andavo a vedere continuamente case per prendere un'altra cosettina qui, beh conscio di quello che sarebbe successo...eh della crescita rispetto alle cifre. E non me sbucava più niente. Le ultime cose sì, un annetto fa...un'amica l'ho convinta a comprare qui a Piazza Angilberto. Certo, io mi sono imposto perché lei cincischiava un po' per comprarla, io le ho detto: questa è l'ultima casa di Milano, l'ultima casa di Milano!

[Intervista a C., 6/2/2024]

C. da quando è arrivato a Corvetto ha aperto un blog piuttosto seguito e partecipato, che chiameremo *Corvetto è bella*, che raccoglie le lamentele, i discorsi e le opinioni generali sulla gestione del quartiere. È un sito pubblico ma C. ha deciso di operare una regia preventiva per selezionare gli interventi e gli argomenti che lui ritiene più adatti al dibattito:

[Il blog nasce dall'] osservazione del gruppo principale di Corvetto, dove però non si riusciva secondo me a sviluppare un discorso, che risultasse fatto dalle solite e i soliti dei social network. [...] C'è una grande anomalia nei gruppi di persone tutti partecipano al discorso pubblico. Una volta non era così, una volta c'era, i social media erano al bar, i barbieri... [...] Ho deciso di provare a fare un progetto diverso con un gruppo dove praticamente escono quasi solo le cose che decido io.

[Intervista a C., 6/2/2024]

C. d'altronde è giornalista, non è la prima volta che si impegna attivamente per veicolare e influenzare la voce e il discorso pubblico con cui si parla della città. Come mi racconta, il suo impegno civico nella gestione del blog nasce sia alla volontà di mettere a disposizione la sua professionalità che dall'intenzione di proporre una sua narrazione per il quartiere dove ha acquistato casa e dove vive:

Beh, no questo [il blog] è perché io abito qui. L'ho fatto anche tantissimi anni fa nel rione dove vivo. Su alcune questioni che riguardano la gestione della città ho una particolare attenzione o sensibilità, una particolare preparazione oppure una particolare lucidità. Per cui le vedo e m'inc****. È un modo per sfogarmi e scriverle. E poi ho la netta sensazione che può essere utile [...] per determinare i problemi e guardarli con una prospettiva diversa. Non è la solita lagna: 'hanno tolto i parcheggi, vogliamo le aree cani, fanno un nuovo palazzo e sono tutte speculazioni edilizie...' [...] Che poi se fanno un nuovo palazzo è una speculazione edilizia? Perché ci dovrebbero credere le persone che non sanno nulla? La chiamano colata di cemento e via, l'abbiamo derubricata così. Poi magari dietro c'è un progetto di un certo tipo che dà delle risorse a una parte della città, oppure che sostituisce un edificio degradato, oppure che potrebbe portare in zona dei nuovi abitanti che possono contribuire a migliorare un po' la frequentazione e il commercio. Questo è il motivo [per cui ho aperto il blog].

[Intervista a C., 6/2/2024]

Se Corvetto è un quartiere ancora in attesa di trasformazione, sospeso tra spettacolarizzazione e una stigmatizzazione ancora molto radicata, il dibattito gestito e veicolato da C. sul suo blog mette in risalto soprattutto alcuni aspetti positivi del quartiere. Secondo C., questi elementi dimostrano come Corvetto rappresenti una scelta abitativa e lavorativa strategica.

Mi sembra che l'argomento positivo principale sia riguardante i trasporti. È una zona straordinariamente ben servita, molto di più di quello che le persone che la considerano ben servita credano. Perché non è solo un discorso di metro e di 14 minuti di distanza dal Duomo, è molto più complesso di così. C'è un'infrastruttura ciclabile che non è banale per niente. Io, per esempio, che uso moltissimo la bicicletta, mi permette di arrivare in centrale in 18 minuti. Poi c'è una vicinanza con una stazione di treni ad alta velocità che per persone come me che viaggiano tanto e devono raggiungere rapidamente altre città come Roma, Bologna e Firenze e via dicendo. La stazione di Rogoredo è un'infrastruttura per me, per il mio stile di vita, strabiliante. In più, io non ho l'automobile, ma quando mi capita di affittarla, prendi l'autostrada A1 senza passare attraverso nemmeno un semaforo.

[Intervista a C., 6/2/2024]

Allo stesso tempo ribadisce continuamente altri lati negativi del quartiere su cui secondo lui si dovrebbe intervenire, spesso puntando sul degrado e sulla percezione dell'insicurezza, concentrandosi sulla presenza dei rifiuti, sugli spazi dove si concentrano, che diventano la causa stessa della presenza dei rifiuti, fino ad estendersi direttamente persone che utilizzano questi spazi rappresentano l'estremo di questa catena di colpe.

La parte negativa è quella che sai anche tu. Il primo punto è questo diffuso sentimento di insicurezza dovuto alla oggettiva presenza di questi...in realtà se ci pensi [...] se guardiamo ai dati delle denunce, quello che succede qui non può essere definito come un quartiere insicuro. Però nel percepito delle persone, avere figure che parlano una lingua completamente incomprensibile e che è del tutto evidente che fanno un lavoro di controllo del territorio...[...] Ma anche con i mercatini abusivi, buttati tutti per terra per vendere cianfrusaglie rubate nelle case... E d'estate, lungo corso Lodi, sulle panchine. Di notte diventa una rambla di perditempo ubriaconi che non solo bevono, ma sporcano. [...] Perché dobbiamo tollerare chi non rispetta la città? Intorno alle panchine c'è uno stazionamento particolare e quindi c'è la richiesta continua di smantellare le panchine da parte di chi appunto individua soluzioni semplici ai problemi complessi.

[Intervista a C., 6/2/2024]

Le parole che C. utilizza si legano al tipico discorso che fa leva sulle politiche della paura. Il problema principale per C. sembrerebbero essere le persone sui monopattini, le panchine e i mercatini abusivi che

contribuiscono a creare l'atmosfera di insicurezza. C. parla proprio del quadrilatero Mazzini come di un quartiere immaginario, in cui si respira un'aria diversa. Spesso sul blog articola proposte politiche anche molto chiare e definite:

Faccio riferimento a quello che so riguardo alla Broken Windows theory e dintorni. Alla fine molti ragionamenti mi conducono lì, a quel tipo di ricerche lì, anche se poi sono state confutate quanto ti pare, però insomma. Mi hanno abbastanza persuaso che il degrado chiami degrado e soprattutto il degrado chiami comportamenti sbagliati, comportamenti prepotenti.

Cioè adesso io sono passato in piazza per venire qua in bici, e mi fermano per offrirmi il fumo, quattro c*****i sulla panchina, Perché? Perché in quel contesto, quel tipo di estetica secondo me legittima quella roba lì. Piazza Gabrio Rosa con un verde di un certo tipo, con un chiosco bar di un certo tipo, gestito da una realtà di un certo tipo, con i tavolini, le lucine della sagra accese, e quattro famiglie che ci portano finalmente i bambini...impedisce secondo me a quei soggetti di...Non serve l'aiuto dei carabinieri. Serve apparecchiare la città in un certo modo.

[Intervista a C., 6/2/2024]

Naturalmente un discorso di questo tipo, reiterato sul suo blog, non è stato privo di contestazioni. Alcune volte nelle discussioni pubbliche, qualcuno ci tiene a ribadire come le sue soluzioni, legate a stili di vita e aspettative culturali specifiche, siano tipiche di un discorso pubblico classista, che ha come risultato principale quello di espellere tutte le pratiche che fanno parte dei diversi modi di abitare ancora esistenti a Corvetto, che lui contribuisce a far diventare illegittime.

C. ha ben chiaro quali sono gli attori principali che agiscono in direzioni coerenti con le sue richieste e aspettative, e quali processi mettono in atto. Ci tiene spesso a fare approfondimenti specifici sulle nuove aperture di ristoranti o di spazi culturali, a raccontare la storia di alcune realtà già presenti sul territorio, a promuovere i progetti di rigenerazione in corso e a illustrare che cosa nascerà dai cantieri o dai nuovi investimenti immobiliari in corso nel quartiere

Anche la Fondazione Prada chiaramente ha cambiato un po' le carte in tavola. Io credo [che la trasformazione] sia partita già nel 2015 non con Expo, ma con la Fondazione Prada. Poi il giorno in cui si decide di fare il villaggio olimpico ha preso un'accelerazione. E ora vediamo che l'arena olimpica presenta esattamente la stessa cosa. Cioè, come dire, ha messo un'ipoteca, nel senso che per forza devi dare una sistemata, in mezzo a degli attrattori di questo tipo, delle ancore di attenzione pubbliche importantissime. E poi ci sono state tante piccole iniziative che l'hanno molto molto corroborata questa cosa, soprattutto l'associazionismo è incredibile. Io non lo frequento tanto, però c'è una sorta di [...] grande infrastruttura che aiuta e permette la nascita di iniziative di respiro, come il Miglio delle farfalle e le nuove iniziative. Poi si fa fatica lo stesso certo. Ci vorrebbero cento volte più risorse e bisognerebbe essere più veloci di così. Tu già hai degli esempi nuovi e poi, magari, finalmente anche viale Omero diventerà il proseguimento di questa cosa [il Miglio delle Farfalle] e quindi in una prospettiva di medio periodo ci sono una buona quantità di cose... anche in campagna ci sono progetti interessanti. L'idea è quella di avere una grande Cascina Rinascita. [...] se veramente fra due tre anni c'è una cascina di questo tipo con ristorazione, con sport, con accoglienza per le donne...insomma comincia a essere anche un motivo di flusso, e poi qua diventa sempre meno un *cul de sac*. [...] Sono tre grandi progetti immobiliari, e adesso si inizia a rigenerare Chiaravalle, che sta diventando un borghetto con tanti più abitanti e gente che passa qui, magari in bici, per tornare a Chiaravalle.

Come scrive Giovanni Semi: 'un quartiere è 'alla moda' se è visibile la sua trasformazione, se ospita abitanti giovani, se viene celebrato dai media locali, nazionali e talvolta internazionali come luogo in cui passare un gradevole fine settimana' (Semi, 2015, p. 103), e questo C. l'ha capito perfettamente. Infatti, ribadisce come la presenza e la concentrazione di nuove attenzioni legata al villaggio olimpico, rappresenti un punto di svolta, e obblighi le istituzioni pubbliche a '*dare una sistemata*'. La domanda, tuttavia, è sempre quella: dare una

sistemata per chi? I nuovi spazi del consumo e l'offerta culturale di Corvetto sono legati in maniera diretta alla gentrification perché gli attori, quel flusso di nuova gente di cui parla C., e che lui spera potrebbero essere i prossimi a comprare appartamenti rimessi a nuovo, sono gli stessi che producono la rappresentazione collettiva del nuovo stile urbano del quartiere (Semi, 2015). Il problema principale di questo tipo di trasformazioni, continua Semi, è che pur volendosi cosmopolita, accessibile a chiunque e universale, non può per definizione includere ogni abitante della città; e questo è visibile già a partire dai linguaggi diversi che vengono introdotti dalle nuove offerte culturali e che occorre riconoscere, quelle della cultura delle mobilità sostenibile o della spesa a chilometro zero, per citare due provenienti proprio dalle parole di C., che richiedono una socializzazione a pratiche ed usi urbani sicuramente non accessibile a chiunque e senza dubbio non universale. Studiare il linguaggio di C. è quindi studiare il linguaggio della gentrification, comprendendo come le parole disegnano mappe di potere e di disuguaglianza in cui alcune popolazioni possono trovarsi relegate ai margini.



Figura 1. Scritta in Piazza Angilberto 'Vogliamo i fiori ma anche le case' - Foto di Sophia Grew

Riferimenti bibliografici

Böhme, G. (2017) *Critique of Aesthetic Capitalism*. Milano: Mimesis International.

Semi, G. (2015) *Gentrification: tutte le città come Disneyland?* Bologna: Il mulino (Saggi, 829).

Zukin, S. (2002) *The cultures of cities*. Reprinted. Cambridge, Mass.: Blackwell.

Davide Caselli, Lucia Tozzi, *Una passeggiata rigeneratrice intorno a Corvetto*, 14 July 2023

<https://gliasinirivista.org/una-passeggiata-rigeneratrice-intorno-a-corvetto-2/>

Sophia Grew, *Corvetto vuole i fiori. Ma soprattutto le case*, Irpi Media, 3/3/2025

<https://irpimedia.irpi.eu/citiesforrent-piazza-angilberto-milano-beautification-urbanistica-tattica/>



Le Vele di Scampia e la produzione contemporanea della rovina urbana

Daniela De Michele

Università di Napoli Federico II

This article explores the Vele di Scampia, in the periphery of Naples, as an emblematic case of contemporary urban ruination, tracing the material, symbolic, and political processes that actively produced it. The case of the Vele reveals that urban ruins, rather than accidental remnants or exceptions, are integral components of contemporary urbanization.

Nell'immaginario collettivo, le rovine evocano il passato: resti di civiltà scomparse, tracce di catastrofi, testimonianze di tempi remoti. Eppure, nel paesaggio urbano contemporaneo, la rovina è sempre più una condizione del presente, prodotta da processi attivi di disinvestimento, abbandono istituzionale e costruzione simbolica. Non si limita a segnare il crollo: è gestita, estetizzata, strumentalizzata e spesso abitata. Questo contributo propone di leggere le Vele di Scampia come una rovina non accidentale, ma costruita nel tempo. Progettate negli anni Settanta come esperimento di edilizia pubblica modernista, le Vele sono diventate nel tempo simbolo di fallimento urbanistico e sociale, oggetto di stigmatizzazione, demolizioni e operazioni di riscatto simbolico. Ma da dove parte un processo di rovina urbana? Perché è importante ricostruirne le premesse? Parlare dell'origine della rovina significa riconoscerla non come eccezione, ma come indicatore di meccanismi strutturali nella produzione urbana contemporanea. Significa anche interrogare gli interessi, le rendite e le forme di governo che la attraversano, così come le comunità che la abitano e la rielaborano. Attingendo alla mia ricerca di dottorato¹, l'analisi si concentrerà sulle condizioni che hanno reso possibile la rovina delle Vele, seguendo tre prospettive intrecciate:

- una prospettiva socio-politica, che guarda alla storia delle politiche abitative, alla crisi del welfare e alle forme di governo del degrado;
- una prospettiva materiale, che osserva le traiettorie tecniche, architettoniche e infrastrutturali che hanno contribuito alla disintegrazione fisica dell'edificio;

¹ La mia ricerca di dottorato, *Rethinking Urban Ruins: Inhabiting the Socio-Material Assemblages of Ruination in the Urbanization Process – The Case of the Vele of Scampia* (Università degli Studi di Napoli Federico II, 2025), ha analizzato la rovina urbana come processo socio-materiale, attraverso un approccio etnografico focalizzato sulle pratiche quotidiane dell'abitare.

- una prospettiva simbolica, che esplora le rappresentazioni culturali, mediatiche e istituzionali che hanno trasformato le Vele in rovina visibile e narrata.

Seguendo la nozione di *welfare ruination* proposta da van den Berg (2024), possiamo interpretare le Vele come una manifestazione concreta di un processo più ampio e sistemico. Con questo concetto, l'autrice descrive la progressiva disgregazione materiale e simbolica delle infrastrutture del welfare europeo, non come un crollo improvviso, ma come una forma di erosione lenta, amministrata e distribuita. Le rovine che ne derivano—*debris* dello Stato sociale—non sono residui silenziosi, ma spazi ancora vissuti, attraversati da pratiche quotidiane, adattamenti e strategie di sopravvivenza.

In questa prospettiva, le Vele non rappresentano soltanto il fallimento di un progetto abitativo specifico, ma un esempio paradigmatico della crisi delle politiche pubbliche dell'abitare in Italia. La prima delle tre prospettive da cui analizzeremo il loro processo di rovina riguarda proprio questa dimensione: il ruolo delle trasformazioni istituzionali, legislative e amministrative nelle politiche della casa, e i loro effetti concreti sul contesto napoletano e su Scampia in particolare.

Nel secondo dopoguerra, lo Stato italiano lanciò ampi programmi di edilizia popolare, pur mantenendo una forte spinta ideologica verso la proprietà privata. Fu in questo quadro che, nel 1962, la legge 167² promosse l'espansione residenziale nelle periferie urbane, e Scampia venne selezionata come area di intervento per ospitare uno dei progetti più ambiziosi di edilizia modernista in Italia. Le Vele, progettate da Franz Di Salvo, incarnavano un'utopia architettonica e sociale: un'idea di vita collettiva strutturata in grandi edifici a vela, capaci di integrare residenza, servizi e spazi comuni. Ma il sogno razionalista della modernità si infranse presto contro le fragilità del sistema. L'urbanizzazione accelerata del Mezzogiorno italiano non fu accompagnata da un'adeguata pianificazione industriale né da un consolidamento pieno del welfare. Come in molti paesi del Sud Europa, la debolezza strutturale dello Stato sociale venne compensata dall'ideologia della sicurezza della casa di proprietà, ottenuta con il sostegno familiare più che delle istituzioni. La casa divenne così non solo un bene materiale, ma un dispositivo di riproduzione sociale, spesso realizzato attraverso pratiche informali o auto-costruzione. Questo modello si inseriva in un contesto più ampio di trasformazione post-fordista: con la crisi del modello industriale, le città meridionali vennero escluse dai circuiti della globalizzazione e si trasformarono in periferie della modernità, marcate da precarietà economica, disoccupazione strutturale e polarizzazione sociale (Castells, 1996; Wacquant, 2008).

La storia delle Vele incarna pienamente queste dinamiche. Realizzate tra gli anni '70 e '80 in un quartiere che, come scrive Pascali (2017), "veniva usato come ammortizzatore materiale di più ampie fasi emergenziali" – in particolare durante la crisi abitativa seguita al terremoto dell'Irpinia del 1980 – le Vele divennero il fulcro di una gestione dell'emergenza più che di una vera politica abitativa. "Al posto di risolvere adeguatamente delicate contingenze," prosegue Pascali, "si finì per produrre ('per sovrapposizione') una cronicità di problemi". Di fronte all'impreparazione dello Stato nell'affrontare l'emergenza post-sismica, e all'assenza di soluzioni tempestive, migliaia di sfollati occuparono le unità ancora incompiute delle Vele. La risposta istituzionale fu lenta, frammentaria e ambivalente, spesso finendo per legittimare implicitamente l'occupazione come canale informale di accesso alla casa. L'informalità si consolidò così come pratica strutturale e tollerata, alimentata da sanatorie cicliche e da un progressivo disimpegno dello Stato. Le Vele, nate come emblema del welfare abitativo, si trasformarono progressivamente in contenitori di precarietà legalizzata: spazi sospesi tra diritto e necessità, governati più dalla logica dell'emergenza che da una visione strutturale dell'abitare pubblico.

² La Legge 167/1962 introduceva i "piani di zona" per destinare aree all'edilizia pubblica, facilitando l'esproprio a costi ridotti e contrastando la speculazione. Permise ai comuni e agli IACP di acquisire terreni a prezzi calmierati per realizzare alloggi popolari e servizi.

Negli anni '90, la trasformazione del settore abitativo si intensificò con la privatizzazione massiccia del patrimonio pubblico (Legge 560/1993) e con il drastico calo degli investimenti sia nella nuova edilizia popolare, sia nella manutenzione dell'esistente. Nel contesto napoletano, queste dinamiche contribuirono ad accelerare il degrado dei grandi complessi come le Vele di Scampia.

Parallelamente, la narrazione pubblica e istituzionale cominciò a identificare le Vele con devianza e degrado, alimentando un processo di stigmatizzazione che contribuì a legittimare l'abbandono istituzionale e la deresponsabilizzazione politica. In questo clima nacque, nel 1988, il Comitato Vele di Scampia: un'organizzazione formata da abitanti che denunciavano le gravi condizioni abitative e rivendicavano il diritto a una casa dignitosa. Il Comitato ebbe un ruolo centrale nel portare il tema all'attenzione dell'opinione pubblica e nell'indurre le istituzioni a intraprendere le prime azioni concrete, tra cui le demolizioni. Tra il 1997 e il 2003, tre delle sette Vele originarie furono abbattute. Tuttavia, il processo risultò frammentario e segnato da ritardi strutturali, difficoltà nei trasferimenti, soluzioni abitative provvisorie prolungate nel tempo e ambiguità nei criteri di assegnazione. Le demolizioni, più che rappresentare un intervento di risanamento complessivo, si configurarono come atti parziali e fortemente simbolici, lasciando irrisolti molti nodi sociali e urbanistici del quartiere.

Negli ultimi anni, le politiche abitative italiane si sono caratterizzate per un approccio frammentario, basato su interventi d'emergenza e finanziamenti straordinari, spesso slegati da una strategia strutturale di lungo periodo. In questo contesto si inserisce il progetto Restart Scampia, inizialmente promosso nell'ambito del Piano per la Riqualificazione delle Periferie (2015) e successivamente rifinanziato attraverso il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) del 2021. La prima fase del programma, avviata tra il 2016 e il 2020, ha portato alla demolizione della Vela Verde e al trasferimento dei suoi abitanti, ma ha poi subito una lunga fase di stallo. La seconda fase, rilanciata nel 2023 con le risorse del PNRR, ha dato avvio all'abbattimento delle Vele Rossa e Gialla, alla costruzione di 433 nuovi alloggi. In parallelo, è stato avviato anche il progetto di riconversione della Vela Blu, l'unica destinata a essere riqualificata e non demolita.



Figura1. Veduta delle Vele di Scampia prima della demolizione (foto dell'autrice, marzo 2024).

Ma se la rovina delle Vele è un dispositivo politico ed economico, essa si manifesta anche attraverso un corpo architettonico che fin dall'origine portava iscritte le tracce del proprio disfacimento. Le Vele non sono solo il risultato di un abbandono successivo, ma l'esito di processi di logoramento già iscritti nelle scelte progettuali, nei materiali impiegati e nelle tecniche costruttive adottate. A questo si è aggiunta, nel tempo, la sistematica assenza di manutenzione e un progressivo disimpegno istituzionale, che hanno accelerato l'obsolescenza dell'infrastruttura. La costruzione materiale delle Vele racconta così un disfacimento lento e distribuito, generato dall'intreccio tra errori progettuali, carenze gestionali e pratiche adattive degli abitanti.

Il progetto originario, ideato da Franz Di Salvo, nasceva da una visione ambiziosa: creare una "macchina per abitare" ispirata agli ideali modernisti di Le Corbusier, capace di riprodurre in periferia la vitalità relazionale dei vicoli napoletani. Le Vele dovevano essere strutture porose, attraversabili, luminose—capaci di generare prossimità e coesione sociale. Tuttavia, fin dalla fase esecutiva, questo ideale fu profondamente compromesso da una serie di scelte che, anziché tradurre lo spirito progettuale, ne riprodussero solo l'involucro, svuotandolo di sostanza. La riduzione degli spazi, l'innalzamento non previsto dei volumi, l'eliminazione delle aree comuni, la sostituzione dei materiali leggeri con pesanti strutture in cemento armato e l'interruzione dei collegamenti al suolo segnarono l'avvio di una traiettoria materiale verso il degrado.

Le tensioni tra idealità progettuale e realizzazione concreta generarono un'infrastruttura abitativa che, fin dal principio, portava iscritta in sé la possibilità del proprio deterioramento. Ma non furono solo i limiti progettuali o esecutivi a definire il destino delle Vele: il materiale stesso ha partecipato attivamente alla produzione della rovina. Le armature del cemento, la ruggine, l'umidità, l'amianto e l'infiltrazione d'acqua non sono semplici effetti secondari, ma attori concreti in questo processo di decadenza. Le passerelle sopraelevate, in stato di corrosione avanzata, sono diventate insicure. Gli ascensori, mai entrati in funzione, hanno reso i piani alti inaccessibili a molti, generando forme verticali di esclusione. Le infiltrazioni d'acqua hanno alimentato muffe e degrado strutturale, mentre gli impianti elettrici ed idraulici, esposti e logori, sono oggi frutto di riparazioni informali da parte degli abitanti stessi.

La rottura dell'infrastruttura non si limita al deterioramento visibile degli elementi costruttivi, ma produce trasformazioni profonde nelle modalità dell'abitare quotidiano. Ogni dettaglio—una ringhiera arrugginita, un parapetto mancante, un tubo ostruito—non è solo segno del disfacimento, ma agente attivo della rovina, capace di ridefinire accessibilità, sicurezza, vivibilità. La rovina, così intesa, non è uno sfondo inerte, ma un campo dinamico d'interazione materiale, dove esseri umani, edifici e agenti naturali co-producono spazio e possibilità.

A tutto ciò si aggiunge una forma sistematica di *unbuilding* istituzionale. Dagli anni 2000, le abitazioni progressivamente svuotate dal trasferimento degli abitanti in nuove case sono state rese intenzionalmente inabitabili: sono stati rimossi infissi, porte, e soprattutto le scale metalliche di accesso. Questi atti, formalmente giustificati come deterrenti contro le occupazioni, hanno invece reso ancora più precaria la condizione degli abitanti rimasti. Oggi molte abitazioni sono accessibili solo tramite scale improvvisate; altre sono invase dalla vegetazione, colonizzate da piccioni, ratti, muffe. La rovina si popola di non umani che, come i materiali, partecipano attivamente alla riorganizzazione dello spazio.

L'ultima prospettiva da cui guardiamo alla rovina delle Vele di Scampia riguarda la sua dimensione simbolica. La rovina, infatti, non si è costruita solo attraverso il cemento, la ruggine e l'umidità. Si è formata anche nelle parole, nelle immagini e nelle narrazioni che ne hanno accompagnato la storia. Come accade in molti altri paesaggi dismessi, anche le Vele si sono trasformate in *rovine simboliche*: oggetti svincolati dalla loro funzione originaria, capaci di condensare significati ambivalenti e di catalizzare immaginari collettivi. Non più soltanto edifici, ma emblemi — di fallimento, di pericolo, o di una possibile rinascita.

Già negli anni '80, l'occupazione informale delle Vele seguita al terremoto dell'Irpinia, l'assenza di politiche di accompagnamento sociale, l'espansione della criminalità organizzata e l'immobilismo istituzionale alimentarono una narrazione pubblica fortemente stigmatizzante. Le Vele vennero etichettate come "lager", "Bronx", "Bidonvele": immagini estreme che riducevano complessità sociali a cliché mediatici. Politici e media giocarono un ruolo cruciale in questa costruzione. La vicenda delle Vele è diventata una fonte ricorrente di visibilità, utile per acquisire consenso politico o generare attenzione pubblica. Intestarsi la "soluzione" del problema Vele ha rappresentato ciclicamente un'occasione di legittimazione politica, mentre per il sistema mediatico le Vele si sono rivelate un soggetto iconico, capace di attirare curiosità, audience e interesse — proprio perché ormai riconoscibili come luogo simbolo del degrado urbano.

È proprio dentro questa tensione che si sono inserite le mobilitazioni dal basso, come quella del Comitato Vele di Scampia. Nato alla fine degli anni '80, il Comitato ha avuto un ruolo fondamentale nel rompere il silenzio istituzionale, portando per la prima volta i rappresentanti delle istituzioni a confrontarsi direttamente con il quartiere. Per ottenere attenzione politica e risorse per la riqualificazione, era necessario denunciare con forza le condizioni di degrado. Ma questa stessa strategia, pur necessaria, rischiava di rafforzare — anche contro le intenzioni — l'immaginario stigmatizzante (Marelli, 2021). La visibilità conquistata si è così tradotta in una narrazione sempre più polarizzata, in cui le Vele venivano rappresentate come icone del degrado urbano, scenografie fisse del fallimento istituzionale.

Se il discorso pubblico ha contribuito a costruire l'immagine del declino, è nella cultura visiva che questa immagine ha trovato la sua consacrazione definitiva. A partire dal libro *Gomorra* di Roberto Saviano e ancor più con la serie televisiva che ne è seguita, le Vele sono diventate una delle icone globali della marginalità urbana. Non più solo luogo da riqualificare, ma brand, set cinematografico, simbolo noir. I corridoi bui, le passerelle in cemento, le vedute dall'alto sono diventate sfondo per videoclip rap, documentari, reportage, fino a diventare oggetto di interesse turistico. La rovina si è fatta estetica, la decadenza spettacolo. Anche eventi culturali come il concerto *Red Bull 64 Bars Live* hanno partecipato a questa estetizzazione: se da un lato portano attenzione e visibilità, dall'altro rischiano di trasformare la precarietà materiale delle Vele in scenografia, scollegata dalla quotidianità vissuta dagli abitanti.

La tensione è evidente: mentre le Vele diventano monumenti del degrado urbano, chi ancora le abita continua a farlo in condizioni spesso difficili, escluso dai circuiti culturali e commerciali che sfruttano l'immagine del luogo. E mentre l'edificio diventa simbolo, chi ci vive oggi viene spesso messo da parte, oscurato da una narrazione che spettacolarizza il degrado e ignora le realtà quotidiane. Lungi dall'essere un'anomalia isolata, il caso delle Vele di Scampia mette in luce una dimensione più ampia e ancora poco esplorata dell'urbanizzazione contemporanea: la persistenza delle rovine abitate come condizioni prodotte strutturalmente, piuttosto che come eccezioni residue. La loro rovina non è il risultato accidentale del tempo o dell'incuria, ma l'esito di logiche sistemiche di accumulazione, disinvestimento e governo differenziale dello spazio urbano.

Questo contributo propone di considerare le rovine urbane non come oggetti nostalgici da estetizzare, ma come dispositivi analitici: punti d'osservazione privilegiati per interrogare le forme di violenza spaziale, esclusione istituzionale e obsolescenza programmata che attraversano la città contemporanea. Attraverso la rovina si rendono visibili anche le pratiche — spesso sommerse — che abitano, contestano e ri-significano tali spazi.

Sebbene radicato nel caso specifico delle Vele, l'approccio qui proposto offre spunti concettuali e metodologici applicabili ad altri contesti urbani segnati dal declino, dalla marginalità e dalla resistenza. La rovina non è, in questa prospettiva, una disfunzione occasionale, ma una logica ricorrente: una forma di distruzione creativa che svaluta, svuota, disloca. Eppure, proprio dentro questi stessi processi, persistono forme di abitazione e rielaborazione che interrompono e riscrivono l'ordine materiale e simbolico della rovina.

Nel caso delle Vele, tali pratiche hanno continuato a prodursi fino alla fine dell'esperienza abitativa, formalmente conclusa nel gennaio 2025. La tragedia del crollo di una passerella nel luglio 2024 ha drammaticamente evidenziato i limiti di quella convivenza forzata con l'abbandono, accelerando le operazioni di sgombero e demolizione. Ma l'uscita degli abitanti non chiude la vicenda: al contrario, inaugura una nuova fase in cui la rovina rischia di consolidarsi come superficie simbolica, svuotata della sua densità sociale. Per questo, interrogare criticamente la rovina urbana oggi significa non solo comprenderne le genealogie, ma anche seguirne le riconfigurazioni future, nei loro intrecci tra memoria, rappresentazione e politica dello spazio.

Riferimenti bibliografici

- Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society. In *The Rise of the Network Society: With a New Preface, Volume I: Second Edition With a New Preface*. Blackwells. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Marelli, C. M. (2021). The commodification of territorial stigma. How local actors can cope with their stigma. *Urban Research and Practice*, 14(3), 243–263. <https://doi.org/10.1080/17535069.2019.1683600>
- Pascali, M. (2017). *Progetto Scampia: Sulla questione della periferia nord di Napoli*. G. Giappichelli.
- van den Berg, M. (2024). Welfare ruination, debris and Europeans' make-shift practices: A research agenda. *Environment and Planning A: Economy and Space*. <https://doi.org/10.1177/0308518X241278168>
- Wacquant, L. (2008). *Urban outcasts A comparative sociology of advanced marginality*. Polity Press



Il lavoro fantasma come presenza assente nelle città contemporanee

Federico La Bruna

Università di Milano Statale

Using the concept of the ghost worker as a crucial lens for understanding the urban implications of digital labor, the article examines how this work — fragmented, invisible, algorithmically mediated — reconfigures urban space and subjectivities. Ghost work dissolves collective time, place, and visibility, producing isolation and exclusion. By following its traces, the article proposes a hauntological lens to politicise absence and rethink urban analysis in the age of platform capitalism.

In un report del Consiglio Europeo del 2021, emerge che il lavoro su piattaforma ha coinvolto oltre 28 milioni di persone nei paesi dell'Unione Europea, con stime che indicano un aumento fino a 43 milioni entro la fine del 2025¹. La maggior parte di queste persone impiegate opera online, svolgendo attività frammentate e spesso invisibili riconducibili al cosiddetto microwork (Bucher et al., 2022). Tra le molte immagini che il lessico filosofico e sociologico contemporaneo ha mobilitato per interrogare le trasformazioni del lavoro, quella del fantasma è forse tra le più potenti. In essa si condensano l'invisibilità materiale, l'impossibilità di rappresentanza, la sospensione giuridica e la rimozione politica che caratterizzano alcune forme estreme di precarietà lavorativa.

Il concetto di *lavoro fantasma* (Gray & Suri, 2019), coniato per descrivere quei compiti digitali, svolti da lavoratori e lavoratrici spesso anonimi e isolati, privi di tutele e mediati da piattaforme algoritmiche, trova nella nozione di spettralità derridiana non solo un'efficace metafora, ma una vera e propria chiave critica per interpretare le mutazioni del lavoro urbano nel capitalismo digitale. In *Spectres de Marx* (Derrida, 1993), l'autore sviluppa la figura del fantasma come presenza dell'assente: una forma che, pur non essendo né viva né morta continua ad abitare il presente, a interrogarlo, a esigere giustizia. Il fantasma, secondo Derrida, non è il segno di ciò che è scomparso, ma l'evidenza perturbante di ciò che non è mai stato pienamente presente e che tuttavia insiste. L'essere spettrale non ha un corpo visibile, ma produce effetti reali: perseguita, affligge, turba – *hante*, nel senso reso celebre dall'autore. Tale ontologia dell'assenza trova un potente riflesso nelle condizioni del digitale contemporaneo lavoro – piuttosto che nei lavoratori e nelle lavoratrici stessi – specie nella sua forma più estrema: il *microwork* invisibile, frammentato, dislocato, eterodiretto (Bucher et al., 2022).

¹ Fonte: The European Council (<https://www.consilium.europa.eu/en/policies/platform-work-eu/>).

La letteratura sul lavoro fantasma – a partire dal lavoro di Gray e Suri (2019) – ha ampiamente documentato come questa forma di lavoro si svolga nell’invisibilità materiale e istituzionale (Hatton, 2017). I lavoratori e le lavoratrici – che etichettano immagini, trascrivono testi, addestrano algoritmi, moderano contenuti – non compaiono mai nei prodotti finali, non hanno rapporti stabili con i committenti, e spesso non conoscono neppure il senso complessivo delle attività che eseguono. Lavorano da casa o da spazi informali, isolati, sotto la costante sorveglianza dell’algoritmo in una prigione foucaultiana digitale che è intessuta attraverso le stesse pratiche di lavoro sotto osservazione. Non esiste un luogo del lavoro, né una comunità, né un tempo collettivo (Hatton, 2017). In questa condizione, l’assoluta flessibilità – promessa dalle piattaforme e cardine della gig economy – si rivela per ciò che è: una forma estrema di precarietà ontologica (Dubal, 2020; Bucher et al., 2022).

Ma ciò che è rilevante per l’analisi urbana è che questa invisibilità non è un effetto collaterale del lavoro digitale – è una sua condizione strutturale. Il lavoro fantasma popola le città contemporanee senza manifestarsi apertamente nei loro spazi. Esso affligge il tessuto urbano in modo silenzioso e pervasivo, producendo forme di alienazione, isolamento, assenza di rappresentanza, che sfuggono ai consueti strumenti di rilevazione. Come ha osservato Brighenti (2007), la visibilità è una categoria centrale nelle scienze sociali: essa definisce non solo chi è visto, ma chi è riconosciuto (Lamont, 2025), chi può agire, chi può contare. Al contrario, il lavoro fantasma rende i soggetti non politici, lavoratori e lavoratrici invisibili, funzioni impersonali, esecutori integrati nei flussi urbani digitalizzati senza che il loro lavoro venga mai davvero visto o considerato.

Questa dimensione spettrale del lavoro digitale contemporaneo ci obbliga a rivedere le nozioni stesse di luogo di lavoro, spazio pubblico, e partecipazione. Nella loro condizione di invisibilità radicale, i lavoratori e le lavoratrici-fantasma² non solo sono esclusi dalla possibilità di lottare per i propri diritti, ma spesso non sanno nemmeno a chi potrebbero rivolgersi per rivendicarli. Lontani da ogni forma di sindacalizzazione, formalmente “autonomi”, ma di fatto dipendenti da meccanismi opachi di selezione e punteggio, essi incarnano quella che possiamo definire una nuova forma di spettralità urbana: una spettralità che non coincide semplicemente con l’assenza, ma con la persistenza strutturale del non visibile, con l’emersione intermittente di presenze negate che tuttavia condizionano la vita collettiva.



² Per esigenze di coerenza stilistica e di comprensione scriverò lavoratori e lavoratrici-fantasma pur riferendomi al più preciso concetto di lavoratori e lavoratrici-posseduti e possedute-dal-lavoro-fantasma.

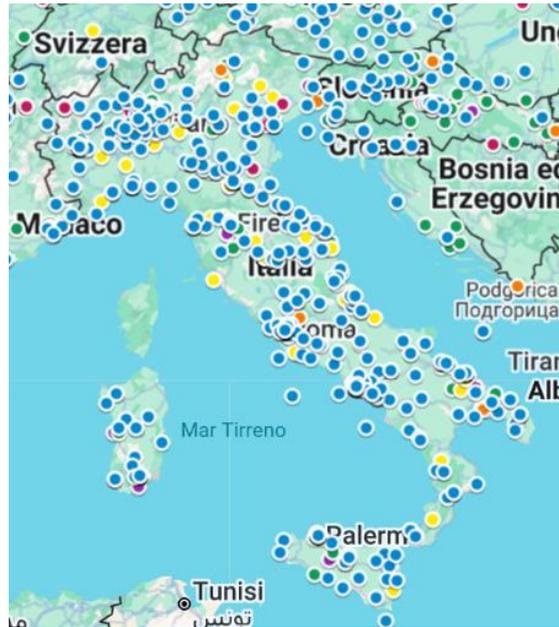


Figure 1 e 2. Mappa costruita con dati di lavoratori e lavoratrici-fantasma, dettaglio Europa e Italia. Consultabile al sito (<https://www.ghostwork.org/updates/where-in-europe-is-ghost-work-conducted/>) parte del progetto ERC Ghost Work, Universiteit Utrecht.

La città infestata dal lavoro fantasma è dunque una città in cui la distanza sociale si è interiorizzata nello spazio domestico, dove la soggettività del lavoratore e della lavoratrice si dissolve nel reticolo dell’algoritmo e dove le condizioni materiali del lavoro – il tempo, lo sforzo, la retribuzione – sfuggono a ogni forma di esperienza condivisa. Non si tratta di un problema confinato alle piattaforme: come mostrano gli studi di Chiappini (2020) e di van Dijck et al. (2018), la piattaformaizzazione dell’urbano comporta una ristrutturazione profonda delle relazioni spaziali, economiche e simboliche che regolano la vita metropolitana. Le piattaforme digitali, lungi dal limitarsi a offrire servizi, operano come nuovi attori urbani, capaci di modellare l’accesso alle risorse, la mobilità, l’informazione e – appunto – il lavoro.

Laddove il lavoro urbano del Novecento si inscriveva nel paesaggio visibile della città – fabbriche, uffici, cantieri, mercati – il lavoro fantasma opera invece in un’urbanità dispersa, impalpabile, che si sottrae a ogni forma di riconoscimento spaziale. L’apparente smaterializzazione del lavoro digitale nasconde, in realtà, una nuova materialità, fatta di infrastrutture tecniche, ambienti algoritmici, micro-temporalità compulsive e spazi abitativi riconfigurati come sedi produttive (Bocagni et al., 2022). La casa del lavoratore e della lavoratrice diventa postazione di lavoro, il tempo libero viene cannibalizzato dalla ricerca di micro-task, la connessione internet è requisito minimo per l’accesso alla sussistenza. Come osservano Gray e Suri (2019), il lavoro fantasma impone uno stato di disponibilità continua ai lavoratori e alle lavoratrici, pronti a cogliere qualsiasi mansione offerta dalla piattaforma, pena l’esclusione dal sistema. Il loro lavoro è intermittente, mal pagato, spesso non retribuito, ed è sottoposto al controllo costante ma disincarnato dell’algoritmo (Arcidiacono & Sartori, 2024; Jarrahi et al., 2021).

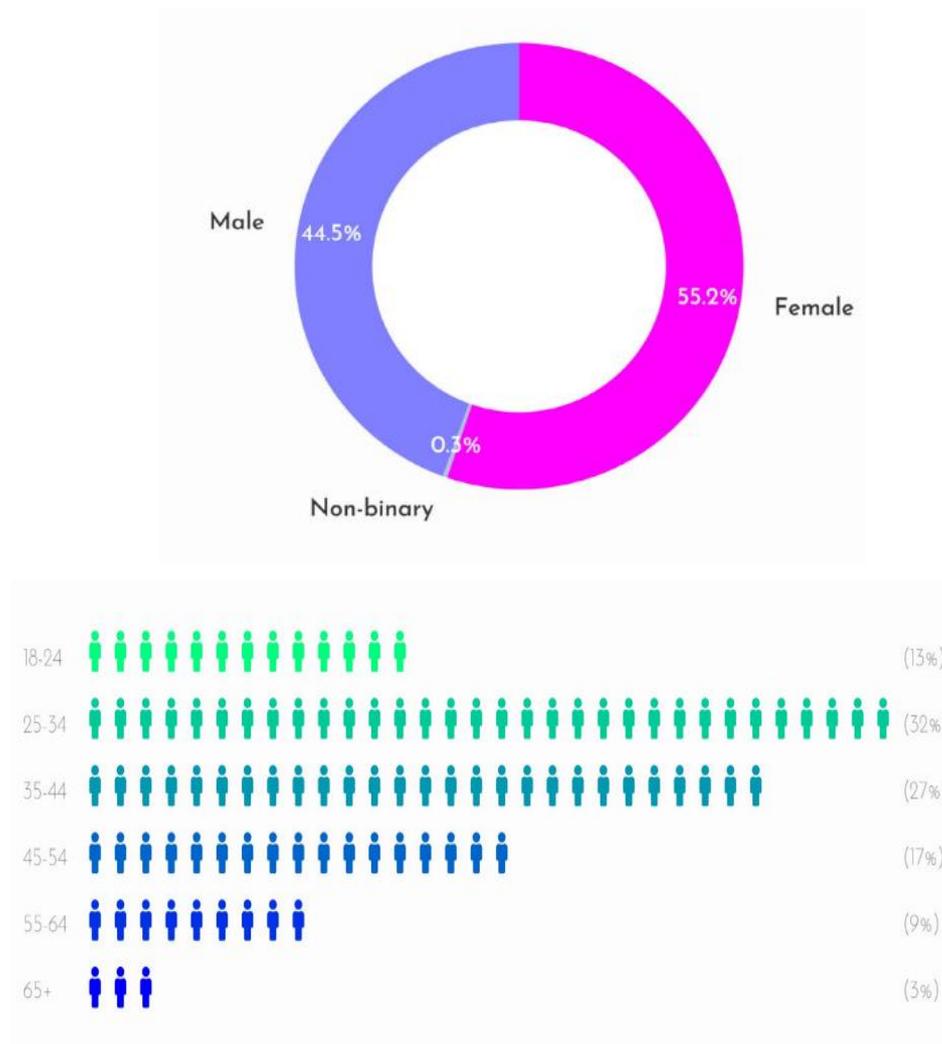


Figura 2. Alcuni dati sui microworkers nel Regno Unito emersi da una ricerca indipendente e preliminare svolta da Phil Jones e James Muldoon nel 2022 mostrano come i principali appartenenti a questa categoria siano adulti/giovani adulti e donne³. Consultabile online (<https://autonomy.work/wp-content/uploads/2022/06/riseandgrind11.pdf>).

Questa nuova condizione – lavorativa e urbana – genera una forma radicale di isolamento. Il lavoratore e la lavoratrice-fantasma non solo non condividono il luogo fisico del lavoro con altri, ma nemmeno una temporalità collettiva. Il loro tempo è frammentato in unità minime, disarticolato rispetto ai ritmi sociali, subordinato alla logica imperscrutabile della domanda digitale. Questo isolamento, lungi dall’essere una scelta individuale, è il prodotto di precise configurazioni di potere e di mercato. Le piattaforme definiscono unilateralmente le condizioni contrattuali, decidono i criteri di valutazione, e possono sospendere l’accesso ai task senza alcuna giustificazione (Dubal, 2020; Fairwork, 2022). Si tratta di una forma estrema di dipendenza non mediata da rapporti formali di impiego, che priva il lavoratore e la lavoratrice di ogni possibilità di contestazione e rappresentanza (Graham et al., 2017).

In questo scenario, la hauntologia si offre come strumento teorico prezioso per leggere l’urbanizzazione delle nuove forme di lavoro precario. Lontana dall’essere una corrente puramente speculativa, essa consente

³ Il testo originale chiede *What is your gender?* ma propone *male/female*(sesso) come opzioni di risposta, perciò, ho deciso di tradurre *female* con *donna* per mantenere una correttezza simbolica rispetto alla domanda posta.

di cogliere le modalità in cui il passato non risolto – fatto di disuguaglianze, di esclusioni, di promesse non mantenute – continua a vivere nel presente sotto forme disturbanti. Come sottolinea Rahimi (2021), l'approccio hauntologico permette di analizzare le tensioni tra ciò che è visibile e ciò che è occultato, tra la memoria e la rimozione, tra il presente e le sue assenze strutturali. Il lavoro fantasma, da questa prospettiva, non è solo un nuovo tipo di lavoro, ma una modalità fragile di essere nel mondo: una soggettività ridotta a funzione, un corpo trasformato in nodo della rete, una voce che non ha destinatario.



Figura 3. Fotografia di un dark store di Whole Foods riportata dalla CNN nel 2020. In This Whole Foods doesn't allow customers inside di Nathaniel Meyersohn, CNN business.



Figura 4. Fotografia di una dark kitchen mentre vengono preparati pasti per le consegne riportata da ABC News nel 2018. In Delivery apps opening 'dark kitchens' to create meals exclusively for online orders market di Daniel Ziffer, ABC News.

Eppure, i fantasmi non scompaiono. Come ricorda Fisher (2012), lo spettro persiste, insiste, ritorna. Lavoratori e lavoratrici-fantasma abitano le città senza lasciarvi tracce visibili, ma la loro presenza si fa sentire nei vuoti, nei silenzi, nelle disconnessioni che attraversano lo spazio urbano. Le città appaiono sempre più piene di assenze: quartieri gentrificati svuotati di relazioni, centri commerciali automatizzati, piattaforme

digitali che gestiscono flussi di manodopera. Come suggerisce Shapiro (2023), l'espansione di infrastrutture invisibili – dalle ghost kitchens ai dark stores – rivela una mutazione logistica dell'urbano, in cui spazi apparentemente vuoti si popolano di economie opache, modellando un ambiente urbano sempre più interfacciato alle esigenze delle piattaforme.

Il lavoro fantasma contribuisce a trasformare la città da luogo di aggregazione e lotta a rete disgregata di solitudini produttive. Eppure, proprio da questa spettralità può emergere una nuova sensibilità critica. I fantasmi urbani non vanno letti come anomalie, ma come indizi di ciò che resiste alla visibilità e al presente. Le tracce lasciate dai lavoratori e dalle lavoratrici-fantasma nella città – nei dati, nelle infrastrutture, nei silenzi – possono diventare oggetto di un'indagine capace di restituire forma e voce all'invisibile. Non si tratta di romanticizzare la condizione spettrale, ma di riconoscerne la valenza politica.

In questa direzione, possiamo interpretare la città come un palinsesto spettrale, un dispositivo in cui la stratificazione dei vissuti e delle esclusioni si sedimenta sotto forme che solo in parte affiorano alla superficie. Il lavoro fantasma, per quanto invisibile e frammentario, lascia dietro di sé segnali materiali e simbolici: nella modifica dell'uso dello spazio abitativo, nella ristrutturazione dei tempi di vita, nella rottura dei legami sociali. La città contemporanea diventa così un laboratorio postumano, in cui le forme classiche di lavoro, partecipazione e conflitto lasciano spazio a configurazioni inedite, ancora difficili da nominare, ma già operative.

Come sottolineano Aschoff (2015) e Gawer & Srnicek (2021), il capitalismo delle piattaforme non è solo una mutazione tecnologica, ma un paradigma ideologico che trasforma i soggetti in fornitori di sé stessi, privatizzando le reti sociali e ridefinendo i confini tra pubblico e privato. In questo contesto, la possibilità stessa di vedere il lavoro – e dunque di riconoscerlo, valorizzarlo, difenderlo – viene erosa da dispositivi di opacità sistematica. Non si tratta solo di ciò che sfugge allo sguardo, ma di un'intera ecologia dell'invisibile, un "regime di sparizione" (Friedland et al., 2020) che neutralizza ogni possibilità di azione collettiva.

Di fronte a questa trasformazione, l'analisi urbana non può che farsi anch'essa più sensibile ai fantasmi. Il compito della ricerca sociale diventa allora quello di ascoltare i rumori di fondo, di leggere le assenze, di seguire le tracce dell'invisibile. Come suggerisce Sue Ruddick (2015), pensare l'Antropocene significa anche riconoscere il lavoro non umano, i ritmi non lineari, le soggettività che non rientrano nei canoni della cittadinanza produttiva. I lavoratori e le lavoratrici fantasma, in quanto figure liminali, ci costringono a ripensare la città non come uno spazio dato, ma come un campo di forze, di esclusioni, di resistenze.

Il lavoro fantasma non è una parentesi né una nicchia marginale: è una delle espressioni urbane più avanzate del lavoro nel capitalismo digitale. È l'esternalizzazione radicale della subordinazione, l'automatizzazione del comando, la derealizzazione del soggetto lavoratore. È, in definitiva, un dispositivo di governo della distanza sociale, che separa chi lavora da chi consuma, chi produce da chi decide, chi subisce da chi è responsabile. Eclatante è stato il caso portato alla luce nel 2024 tramite la testata The Information che svelava come nel 2022 circa 700 transazioni su 1.000 effettuate con la tecnologia Just Walk Out (inizialmente usata negli Amazon Go/Fresh) dovevano essere riviste manualmente da circa 1.000 lavoratori remoti in India, senza che nessuno dei clienti percepisse una presenza umana attorno a sé⁴.

In questo senso, il lavoratore e la lavoratrice-fantasma è *anche una figura politica*: non per ciò che fa, ma per ciò che rivela.

Le città, oggi, non possono dirsi sane se ignorano i loro fantasmi. Il nostro compito non è esorcizzarli, ma riconoscerli come parte integrante del paesaggio urbano. Solo così sarà possibile immaginare forme nuove di rappresentanza, di solidarietà, di visibilità. Per farlo, occorre uno sforzo collettivo di ri-politicizzazione dell'invisibile, una pratica di ricerca che sappia nominare le assenze, ascoltare le voci mute, cartografare le

⁴ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/apr/10/amazon-ai-cashier-less-shops-humans-technology>

zone d'ombra. Solo così potremo iniziare a costruire una città che non sia solo abitata, ma anche abitabile per chi oggi – pur lavorando, pur contribuendo – è trattato come se non esistesse.

Riferimenti bibliografici

- Arcidiacono, D., & Sartori, L. (2024). Algorithmic Management: Invisible Boss or Ghost Work?. In *Disruptive Digitalisation and Platforms* (pp. 77-99). Routledge.
- Aschoff, N. (2015). *The new prophets of capital*. London: Verso.
- Boccagni, P., Brodesco, A., & La Bruna, F. (2022). 'Stayhome' as a YouTube performance: representing and reshaping domestic space under the 2020 covid lockdown in Italy. *European Societies*, 24(2), 129-153.
- Brighenti, A. M. (2007). Visibility: A category for the social sciences. *Current Sociology*, 55(3), 323–342.
- Bucher, E., Curnow, J., Ferrarini, T., & Lutz, C. (2022). Precarity and autonomy in microwork. *New Technology, Work and Employment*, 37(1), 3–20.
- Chiappini, L. (2020). The urban digital platform: Instances from Milan and Amsterdam. *Urban Planning*, 5(4), 277–288.
- Derrida, J. (1993). *Spectres de Marx*. Paris: Éditions Galilée.
- Dubal, V. B. (2020). The time politics of home-based digital piecework. *Anthropology of Work Review*, 41(1), 13–17.
- Fairwork. (2022). *Fairwork Ratings 2022: Labour Standards in the Platform Economy*. Oxford Internet Institute.
- Fisher, M. (2012). What is Hauntology? *Film Quarterly*, 66(1), 16–24.
- Friedland, R., Alford, R. R., & Brint, S. (2020). *Platforms, power, and politics*. Oakland: University of California Press.
- Foucault, M., & Mailänder, E. (1975). Surveiller et punir.
- Gawer, A., & Srnicek, N. (2021). Platform capitalism: A critique. *Theory, Culture & Society*, 38(6), 1–23.
- Graham, M., Woodcock, J., Heeks, R., Mungai, P., Van Belle, J. P., du Toit, D., ... & Mann, L. (2017). Towards a fairer platform economy: Introducing the Fairwork Foundation. *Alternative Routes*, 28, 242–271.
- Gray, M. L., & Suri, S. (2019). *Lavoro fantasma: How to Stop Silicon Valley from Building a New Global Underclass*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Hatton, E. (2017). Mechanisms of invisibility: rethinking the concept of invisible work. *Work, employment and society*, 31(2), 336-351.
- Jarrahi, M. H., Newlands, G., Lee, M. K., Wolf, C. T., Kinder, E., & Sutherland, W. (2021). Algorithmic management in a work context. *Computers in Human Behavior*, 127, 107023.
- Jones, P., & Muldoon, J. (2022). Rise and grind: Microwork and hustle culture in the UK. *Autonomy*.
- Lamont, M. (2025). Seeing Others for what?. *Identities*, 1-6.
- Rahimi, S. (2021). *A Hauntology for Everyday Life*. Cham: Springer International Publishing.
- Ruddick, S. (2015). Situating the Anthropocene: Planetary urbanization and the anthropological machine. *Urban Geography*, 36(8), 1113–1130.
- Shapiro, A. (2023). Platform urbanism in a pandemic: Dark stores, ghost kitchens, and the logistical-urban frontier. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 168-187.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press.

Redazione dell'Osservatorio sulla Città Globale

Paolo De Nardis (coordinatore)

Luca Alteri

Alessandro Barile

Adriano Cirulli

Chiara Davoli

Luca Raffini