

Buone domande per fare città

[agenzia-cult.it/letture-lente/nuovo-abitare/buone-domande-per-fare-citta/](https://www.agenzia-cult.it/letture-lente/nuovo-abitare/buone-domande-per-fare-citta/)

Giancarlo Sciascia



In “Abitare il vortice” ([UTET](#), 2023), l’autore Bertram Niessen intreccia l’analisi del sociologo, la verve dell’attivista culturale e l’esperienza professionale di chi ha accompagnato negli ultimi dieci-quindici anni processi di trasformazione urbana a base culturale in vari contesti socioeconomici da nord a sud. Un libro scorrevole come un racconto biografico che si offre, attraverso diverse chiavi di lettura, come strumento di lavoro, come riflessione sul vissuto collettivo della pandemia, ancora tutto da elaborare, e come proposta per ispirare nuove geometrie per costruire comunità resilienti e futuri desiderabili.

Procedendo per gradi, il testo è composto da tre sezioni: una prima che ha il sapore del romanzo di formazione e risponde alla domanda **“Come nasce uno sguardo?”**, ossia **quali sono state le immagini, le esperienze e i contesti in cui ha preso forma l’inclinazione umana e la deformazione che rendono unico il proprio approccio. I primi passi, descritti nitidamente, sono ambientati nella Grosseto dell’adolescenza negli anni Novanta**: “Il senso dei pieni e dei vuoti, un modo di sentire il finito e il non finito che nel tempo è diventato un modo di leggere lo spazio in generale e la città in particolare. Un modo

che è passato soprattutto attraverso il camminare. Camminare lungo i fossi e sugli argini dei canali. In mezzo all'erba alta e i rovi. Tra i depositi di carburante agricolo e i depuratori, le carcasse di automobili e le gru arrugginite”.

CERCARE IL TALENTO DELLO SPAZIO

Queste e altre annotazioni biografiche sono intermezze a citazioni indirette che disegnano il pantheon dei maestri dello scrittore. Riflessioni e memorie confluiscono in considerazioni di sintesi che hanno il sapore dell'auto-rivelazione: “L'urbanistica si fa a piedi. La città si disegna nello spazio reale. Camminare è un'esperienza conoscitiva che mette in gioco tutti i nostri sensi. Una esperienza estetica. Viviamo di narrazioni. Il mondo non esiste se non attraverso la nostra interpretazione”. A mano che la narrazione si addentra nella rappresentazione della complessità, Niessen prende posizione con chiarezza esprimendo la propria critica con dovizia di riferimenti qualitativi e quantitativi. In questo modo giunge a constatare le sembianze della **città ordito**: “le domande relative alla composizione societaria delle imprese di sviluppo immobiliare e dei fondi che le finanziano sono centrali per capire quali sono le dinamiche di potere che guidano la rigenerazione urbana. [...] Da un lato ci sono le condizioni ideali per attrarre le multinazionali dei servizi e dall'altro le sfere simboliche -che hanno a che fare con l'immaginario urbano, i legami affettivi estetici e psicologici che le persone costruiscono con le città”. Emerge così la contrapposizione fra le persone che attraversano e vivono le città e l'ordito economico-finanziario che si mimetizza e governa silenziosamente – ma implacabilmente – lo spazio pubblico come un tessuto connettivo sotto l'epidermide.

I PARADOSSI DEL CITY BRANDING

Il City branding diventa il terreno del parossismo: “nel vortice del cambiamento indotto da attori globali su porzioni di città, nasce un nuovo livello di produzione e consumo di immaginari che potremmo definire socio-tecnico. Un sistema in cui i prosumer agiscono nel solco di strategie economiche e tecnologie algoritmiche”. Mentre politiche di incentivi e riduzione della pressione fiscale vengono introdotti per settori specifici al fine di attrarre investimenti, “relazioni sociali schiacciate dalla dimensione economica hanno reso invisibili, indicibili intere parti della nostra vita, col risultato di patologizzarsi”. Facciamo una pausa. Perché è questo il vortice del titolo del libro in cui veniamo catapultati. Come riportato a pag. 63 e 64, dal 1996 al 2021 “il valore globale degli asset intangibili è aumentato di oltre il mille per cento. I brand delle città non sfuggono a questa logica e anzi sono sempre di più sia un asset essi stessi che una piattaforma per permettere ad altri brand di generare valore nello stesso modo”.

L'OSCURO OGGETTO DELLA GENTRYFICATION

A pag. 81 viene raccolta la testimonianza di un attivista (intervistato sul tetto di un palazzo occupato): “se non fai niente e lasci andare la città diventa un posto dove non vuoi vivere. Se invece porti avanti le tue lotte e il tuo stile di vita, è proprio quello ad accelerare la dissoluzione”. Segue la definizione di gentrificazione adottata dall’autore: un processo di sostituzione degli abitanti di un quartiere con l’espulsione di quelli originari a favore dei nuovi, più abbienti. Un fenomeno intimamente connesso coi processi di rigenerazione urbana e con le dinamiche del mercato immobiliare che risentono della pressione delle economie immateriali. La domanda che riassume tutto è la seguente: “che fine fanno quelli che non si possono più permettere di vivere nei quartieri che hanno contribuito a rendere così attraenti?” Parafrasando Schumpeter, la gentrificazione è connotata come un meccanismo di creazione distruttiva.

LA CITTÀ È FATTA DI PERSONE CHE FANNO COSE ASSIEME

Un elemento caratterizzante e attrattivo per i quartieri (s)oggetto di gentrificazione è la capacità di sottrarsi alla standardizzazione tipica di altre aree urbane, grazie a un mix di componenti quali il basso costo abitativo e commerciale, la vicinanza a parti della città d’interesse strategico ed elementi simbolici-relazionali. In questo senso, emerge il valore dei legami fra persone e gruppi e l’importanza delle attività che richiedono tempo per svolgere delle attività d’insieme, pratiche di cura delle relazioni non strumentali ma libere da vincoli lavorativi ed economici.

A PROPOSITO DI FOODIFICATION

Una declinazione non esclusiva ma tipicamente italiana della gentrificazione è la foodification: l’alta densità di piccoli ristoranti di quartiere è diventata fattore attrattivo per il mercato immobiliare. Ciò può portare in alcuni casi anche a esiti paradossali di autenticità rappresentata nel momento in cui il marketing può rilevare e riprodurre gli elementi di interesse, “rimuovendo tutti i caratteri incontrollabili di ambiguità e proponendo una versione sterilizzata e iper-semplificata dell’identità locale per il consumo di massa” (pag. 89).

CROCE E DELIZIA

A seconda della lente che si adotta, la gentrificazione si presta a diverse letture perché può essere presentata come un miglioramento degli indici economici relativi a un quartiere, un miglioramento però di cui non beneficiano tutti ma soltanto coloro i quali si inseriscono nei meccanismi di estrazione di valore nascosti nel funzionamento del sistema urbano. In altri termini, la gentrificazione, che agli occhi dei primi porta investimenti, riqualificazione, decoro, per moltissimi altri “è la dissoluzione di un ordine estetico e sociale, la fine di un rapporto emotivo con lo spazio, le persone e le memorie che lo abitano, come una espropriazione dall’alto verso il basso del valore simbolico prodotto collettivamente”.

CULTURA E CREATIVITÀ COME ACCELERATORI DEL CAMBIAMENTO

La produzione del valore attraverso la cultura e la creatività negli ultimi decenni ha avuto un'evoluzione esponenziale e ha alimentato la crescita degli intangibili. La domanda che l'autore si pone è: "Chi produce questo valore?" Niessen ricalca la tesi contenuta nel libro *Changemaker?* del sociologo Adam Arvidsson (che descrive come per comprendere il capitalismo sia necessario risalire all'introduzione delle enclosures). Analogamente, al giorno d'oggi, i beni comuni espropriati sono quelli del sapere: "i lavoratori dell'immateriale producono costantemente contenuti che vengono raccolti tramite gli smartphone e messi a valore attraverso gli algoritmi dell'economia di piattaforma".

PANDEMIA E DISUGUAGLIANZE

La seconda sezione prende in esame la deflagrazione della pandemia come elemento di approfondimento delle disuguaglianze. Niessen ricostruisce, dati alla mano, il fenomeno del disagio abitativo in Italia, riassunto nell'indicatore del tasso di sovraffollamento medio, in Italia quasi al 31% contro una media UE di poco superiore al 18%. Quantità e qualità delle abitazioni hanno segnato la differenza fra malessere oppure benessere durante il lockdown. Facendo tesoro dell'analisi storica di Gainsforth, quest'ultimo brano di vissuto collettivo viene poi messo in relazione con un elemento strutturale, la proprietà individuale dell'abitazione, tradizionalmente "favorita in Italia per via di una serie di scelte politiche e ideologiche precise votate al conservatorismo sociale e alla marginalizzazione delle classi più deboli". In questo senso, la pandemia è servita ad accendere la spia per prendere in esame più attentamente il ruolo e l'importanza dell'abitare come "uno dei campi generativi e conflittuali più significativi per i tempi a venire". L'intreccio fra contesto biografico e oggetto di mercato è il terreno di elaborazione di nuove forme di coabitazione, sfidanti tanto sul piano culturale che su quello normativo. Interessante l'approfondimento di queste dinamiche rappresentato dalla digressione sul ruolo crescente del verde urbano come fattore di riduzione delle disuguaglianze.

CITTÀ – TEATRO DELLE DIVERSITÀ

Questo contesto, la città delle persone, con le loro storie peculiari, è il teatro della diversità che convivono, confliggono e configurano gli spazi urbani, spazi oggetto di relazioni comunitarie che vengono letti diversamente da ogni attore sociale. È così che la città diventa il luogo di composizione di ciò che è lecito fare negli spazi pubblici. Riprendendo il messaggio chiave di Richard Sennett in *Usi del disordine*, "la varietà e la densità delle esperienze urbane contribuisce a creare un'atmosfera sociale meno normativa ma più accogliente e aperta al confronto e all'ibridazione." In altri termini, ciò che avviene è la negoziazione continua di diverse prassi di fare città, a seconda del punto di vista di chi le agisce e osserva. Con il rischio che il disegno dei luoghi pubblici che abilitano l'incontro

sociale risenta dei rapporti di forza fra chi ha molto e chi ha poco, col risultato di consolidare le barriere sociali e perpetrare lo status quo. Nella polarizzazione fra “città rendering” (dove ciascun figurante è individuato univocamente in base a una sola sua dimensione, ad es. lavoratore, genitore, passante) e città del degrado, inteso come contrario di decoro, risulta decisivo incidere sul discorso pubblico per influenzare l’interpretazione e la rappresentazione dell’idea di città, i cui limiti legali e simbolici mutano nel tempo.

L’ATTENZIONE ALLA PROSSIMITÀ

Il sostegno ai negozi di prossimità è stato uno dei rimedi per far fronte agli svuotamenti per effetto dello smartworking di massa indotto dalla crisi pandemica. Anche in questo caso, grazie a un esempio contingente, l’autore fa venire alla luce un fenomeno strutturale, la crisi del modello dei centri commerciali, e rileva come fra i principali promotori di iniziative in queste direzioni ci siano stati i Comuni di Bari e Milano, segno inedito di una possibile riconciliazione fra commercianti e politica progressista, spesso su posizioni molto distanti.

CORPI INDIVIDUALI E CORPO SOCIALE

Analogamente, fra le misure di contenimento della diffusione del Covid, la chiusura dei luoghi della cultura, durata più a lungo che per altre attività, è stata “una sospensione dei luoghi dell’elaborazione rituale, cruciali in un momento di crisi sociale come quello che abbiamo attraversato”. La riprova della profondità di tale crisi è registrata attraverso quanto è avvenuto in noi durante la pandemia a proposito del saluto. “Quest’ultimo è un’apertura e chiusura di una parentesi all’interno della quale avvengono gli scambi sociali. Non sapere come salutare il prossimo è l’indicatore dell’effetto più profondo e letterale del pessimo neologismo “distanziamento sociale”. Forse, un giorno, qualcuno scriverà un Dizionario dei simboli attraverso la pandemia, elencando con dovizia ciò che si è rotto e ciò che è nato di nuovo nei rituali che legano il corpo allo spazio”. La seconda parte del volume si conclude con considerazioni sull’importanza dei riti, la cui perdita o il cui aspro indebolimento nel corso della pandemia segna delle crepe nel rapporto fra corpi individuali e corpo sociale, fra usi funzionali e rituali di porzioni di città, nei modi coi quali attribuiamo senso al mondo e cerchiamo di trovarci un posto dentro, nei confini che separano il possibile e l’impossibile. “I riti permeano le città in cui viviamo, uno stratificarsi di abitudini, interazioni ed esperienze, una filigrana di simboli che intesse lo spazio. Perdere l’intimità con i riti ha voluto dire perdere definitivamente la fiducia”. L’autore constata con amarezza che alla speranza in buona fede che ne saremmo usciti migliori non è seguita una seria messa in discussione radicale di scuola, sanità, lavoro e casa, le istituzioni fondative di una società.

LA CITTÀ DEI VORTICI

Con questo titolo si varca la soglia della terza e ultima parte del libro, che dal diario scorrevole di un esploratore urbano in cui è facile immedesimarsi è andato trasformandosi in una testimonianza lucida del vissuto personale della pandemia come fattore di drastica accelerazione di cambiamenti sociali già in atto. Alcuni riferimenti e le immagini più forti, di aneddoto in aneddoto, possono essere adoperati da chi legge come vademecum per vivere attivamente l'interazione con la propria città, con uno sguardo creativo e industrioso, con la stessa curiosità del giovane Stalker maremmano. Allo stesso tempo, gli strumenti di analisi permettono di riconoscere le forze nascoste che animano le città fino a provare a immaginare nuove alleanze.

IL PARADOSSO DELLE SOCIETÀ OCCIDENTALI

“Tanto più la cultura diviene importante per costruire i capitali simbolici che vengono legati ai luoghi e agli oggetti tramite il branding, tanto meno è soggetta ad attenzione, progettualità e finanziamento pubblico”. Alle istituzioni e organizzazioni si chiede di legittimarsi di conseguenza attraverso una costante indagine ed espansione dei propri pubblici, tensione che rischia di appiattire l'esperienza culturale sulle sole dimensioni quantitative. Anche l'uso del linguaggio “militarizzato” che deriva dal marketing, fatto di “target” e “campagne”, non aiuta a ricostruire autenticamente il legame coi pubblici. Da queste considerazioni scaturisce la proposta di pensare i pubblici come “agenti sociali trasformativi”, interpreti dell'attuazione del senso delle opere culturali. Una idea che ha più a che fare con la didattica che col marketing e che pone una sfida doppia: emancipare le pratiche culturali e le esperienze estetiche dalle mere logiche di consumo culturale; creare una relazione fra artisti / operatori culturali e pubblici all'insegna dell'etica dei primi e della responsabilità dei secondi, creatori e depositari di nuovi sguardi sul mondo da mettere in discussione e testare nella vita quotidiana, incarnandoli. In questo senso, siamo tutti attori sociali e artefici delle relazioni di cura che ci riguardano e danno forma alla città che abitiamo a modo nostro, insieme.

CONTRO I FORMAT

Niessen si scaglia inoltre contro i format che portano all'overdesign e alla standardizzazione della produzione di artefatti che finisce per inaridire gli immaginari e depotenziare le relazioni svuotandone l'energia trasformativa. I format, “seguendo logiche di razionalità economica della produzione, fanno fatica a relazionarsi con lo spazio urbano perché esso è – per definizione – il luogo della complessità”.

QUALE CULTURA, A PROVA DI FUTURO

Attraverso la cultura gli esseri umani definiscono i propri valori e costruiscono i perimetri del possibile. La trasformazione culturale è ciò di cui abbiamo bisogno in un momento in cui le crisi locali e globali si sono sommate fino a costruire una tempesta perfetta che rischia di spazzarci via. È necessario però che i soggetti della cultura collaborativa degli anni Venti

imparino a fare i conti coi propri limiti e a sviluppare le proprie potenzialità. Questo deve avvenire innanzitutto sul piano estetico, superando le rappresentazioni monodimensionali della complessità. In uno slogan: “aprire la cultura al disordine e il disordine alla cultura”. Questo significa “superare la nevrosi del decoro, accettando che strade, piazze ed edifici divengano spazi di presa di parola, in particolare da parte dei più marginalizzati. “Una cultura più indecorosa e meno decorativa, che faccia domande, che sporchi, che ogni tanto non ci faccia dormire e che ci metta scomodi”.

VERSO LE STELLE

L'autore propone una cultura che ricerchi programmaticamente la condizione di “de-coincidenza”, una cultura dello scarto attraverso nuove ritualità, immaginari e sperimentazioni, come base dei mondi possibili. “Adottare questa prospettiva significa contemplare non soltanto la necessità e il bisogno ma anche il desiderio alla base della vita culturale. Una cultura intesa come piattaforma di cambiamento per le città, sul piano tanto individuale quanto comunitario, motore di emancipazione e grimaldello per scardinare le disuguaglianze”. Aggiungo che questo paradigma di cultura senza posa contiene in sé anche la poetica dell'arte rotta di cui parla Christian Caliandro, un'arte che si riallaccia al mondo reale, non retorica né consolatoria, disponibile all'imprevisto; che entra nei palazzi, vive le strade e i quartieri. Un'arte che si mette in dubbio e discute con le persone, scavalcando il recinto in cui si è rinchiusa da sola. Sintesi perfetta fra intellettuale e attivista è il richiamo finale al pluralismo e ad ampliare i margini di libertà per artisti e pubblici rispettivamente nella navigazione di mondi simbolici e nella costruzione di nuovi rituali. “L'arte è una delle tecniche possibili per potenziare e ampliare la capacità di agire, ma non l'unica. La cosa importante è vivere e avere un comportamento, aprirsi a un divenire indeterminato che bisogna costruire, inventare, prendersene cura.” (Marcel Duchamp in: Maurizio Lazzarato, Marcel Duchamp e il rifiuto del lavoro, Edizioni Temporale, 2014).

SITOGRAFIA

<https://www.utetlibri.it/libri/abitare-il-vortice/> – Scheda libro, biografia dell'autore e rassegna stampa

<https://milano64.wordpress.com/> (Mostra a cura di Michele Fucich e Sandro Petri, Follonica-GR, 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=6yFkfz7O4K4> (Festival della Nuova Città | Conferenza con GIANNI BIONDILLO: sulla psicogeografia e il rapporto tra città e corpo attraverso il cammino)

<https://www.agenziacult.it/interni/processi-partecipativi-che-citt-sei-laboratori-di-city-visioning/>

<https://magazine.fbk.eu/it/news/i-dati-e-la-vita-delle-grandi-citta-del-futuro/>

<https://www.standardstudio.it/it/quarantine-workout>

<https://www.otolab.net/>

<https://www.che-fare.com/>

ABSTRACT

*The book *Abitare il vortice* ([UTET](#), 2023) by Bertram Niessen, weaves together the analysis of the sociologist, the verve of the artist / cultural activist, and the professional experience of the expert who has accompanied, in the last fifteen years, processes of cultural-based urban transformation in various socioeconomic contexts throughout Italy. A reading as fluent as a biographical narrative that offers itself as a working tool for studying cities, as a reflection on the collective experience of the pandemic and its effects yet to be understood, and as a proposal to inspire new alliances for building resilient communities and desirable futures.*

[Clicca qui e leggi gli altri articoli della sezione "NUOVO ABITARE" di LETTURE LENTE](#)