



# *Enciclopedia Sociologica dei Luoghi*

Volume 1

a cura di Giampaolo Nuvolati





*Enciclopedia*  
*Sociologica*  
*dei Luoghi*

Volume 1

a cura di Giampaolo Nuvolati

Ledizioni

Il lavoro di coordinamento per la realizzazione del Volume I è stato svolto da Monica Bernardi e Luca Bottini.

Il Volume è stata pubblicato con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

© 2019 Ledizioni LediPublishing  
Via Alamanni, 11 – 20141 Milano – Italy  
[www.ledizioni.it](http://www.ledizioni.it)  
[info@ledizioni.it](mailto:info@ledizioni.it)

*Enciclopedia Sociologica dei Luoghi. Volume 1*, a cura di Giampaolo Nuvolati

Prima edizione: novembre 2019

ISBN 978-88-5526-121-0

In copertina:  
Progetto grafico: ufficio grafico Ledizioni

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe dell'editore: [www.ledizioni.it](http://www.ledizioni.it)

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni.

# Indice

---

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi	9
<i>Introduzione di Giampaolo Nuvolati</i>	

## A

L' aeroporto: tra luogo della mobilità e metafora urbana	19
<i>di Antonietta Mazzette</i>	

L'albergo: spazio turistico e luogo di esperienza	37
<i>di Rossana Galdini</i>	

## C

Dall'agricoltura tradizionale al post-produttivismo: espressioni, significati e trasformazioni delle cantine vitivinicole	59
<i>di Paola de Salvo</i>	

Il carcere tra centro e periferia	77
<i>di Carla Lunghi</i>	

La casa. Gli spazi, gli arredi, i vissuti e le loro evoluzioni	97
<i>di Irene Sartoretti</i>	

I centri commerciali ieri, oggi e domani	113
<i>di Ariela Mortara</i>	

I coworking: anello emergente nella catena di produzione del valore	125
<i>di Maurizio Busacca</i>	

## G

- Quartieri gay: da luoghi di esclusione a dispositivi di integrazione 145  
*di Salvatore Monaco*

## L

- I locali notturni tra consumo post-moderno ed economia della notte 161  
*di Silvia Crivello*

## M

- I mercati rionali: luoghi iconici dell'urbano tra tradizione ed elementi innovativi 179  
*di Licia Lipari*

- La metropolitana nel sistema di mobilità e nella morfologia della città contemporanea 197  
*di Matteo Colleoni*

- Il museo tra architetture urbane e nuovi ambienti tecno-relazionali 217  
*di Sara Spanu*

## N

- Il nuovo nel vecchio: *restyling* e nuove linee commerciali per i negozi alimentari 237  
*di Nunzia Borrelli e Lorenza Maria Sganzzetta*

## O

- Le osterie: luoghi di presidio dell'identità territoriale e di socializzazione 257  
*di Luca Bottini*

## P

- Palestre: tradizione, maschilità e riappropriazione spaziale 275  
*di Maria Luisa Fagiani*

I parchi urbani: ecologia e socialità 293  
*di Alfredo Mela*

Ponti. Luoghi di confine e sutura 313  
*di Gilda Catalano*

Portinerie di quartiere: innovazione sociale tra digitale e locale 335  
*di Monica Bernardi*

## S

Una luce nel buio: dalle prime sale cinematografiche ai nuovi spazi 355  
*di Luca D'Albis e Rosantonietta Scramaglia*

Gli stadi di calcio e la città 373  
*di Simone Tosi*

## U

Università: origini, trasformazioni e impatti territoriali  
di un'istituzione complessa 395  
*di Nico Bazzoli*





# Enciclopedia Sociologica dei Luoghi

---

## *Introduzione di Giampaolo Nuvolati<sup>1</sup>*

Le **città** possono essere viste come trame di **luoghi** tra di loro strettamente connessi e capaci di costituire punti di riferimento per le varie popolazioni che li abitano, vi lavorano e consumano. E le città cambiano perché cambiano, tanto nella forma quanto nelle finalità, i mille luoghi di cui sono composte. La **memoria** e l'**identità** degli individui si basano proprio sulle costellazioni degli innumerevoli luoghi che hanno impreziosito la loro esistenza e quando costruiamo le nostre **mappe mentali** urbane è su di essi che facciamo affidamento: la scuola, la chiesa, il parco giochi, il mercato ci dicono chi siamo e ci accompagnano nel nostro cammino quotidiano; attraverso la loro configurazione, per come si declina di città in città, potremo persino avvertire il soffio leggero del *genius loci* che circola nelle strade e nelle piazze, sentendoci a nostra volta diversi a seconda dei luoghi che ci circondano e di come li percepiamo.

Se inoltre prendiamo in considerazione le questioni sociali e politiche possiamo facilmente riscontrare che è sulla distribuzione e appropriazione delle **risorse spaziali** – e dunque ancora una volta sui luoghi – che si generano i **conflitti urbani** tra gruppi di popolazioni, così come tra individui e istituzioni. L'elenco dei motivi per cui i luoghi sono importanti nella storia dell'umanità potrebbe proseguire: basterebbe ricordare l'importanza degli edifici e delle loro caratteristiche come luoghi dell'abitare e del lavorare, per capire che i manufatti e le varie infrastrutture per come definiscono gli spazi tra essi compresi, costituiscono elementi imprescindibili della qualità della vita più in generale. Eppure la sociologia ha sempre dedicato ad essi poca attenzione, a vol-

1 Giampaolo Nuvolati è professore ordinario di Sociologia urbana presso l'Università di Milano Bicocca dove ricopre la carica di direttore del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale. Tra i suoi temi specifici di interesse troviamo la qualità della vita urbana, i conflitti tra le popolazioni residenti e non residenti, il rapporto tra interstizi urbani, ricerca sociologica e *flânerie*. Tra le sue pubblicazioni recenti si ricordano: *Interstizi della città* (Moretti&Vitali 2019), *Un caffè tra amici, un whiskey con lo sconosciuto. La funzione dei bar nelle metropoli contemporanee* (Moretti&Vitali 2016), *L'interpretazione dei luoghi. Flânerie come esperienza di vita* (Firenze University Press 2013).

te semplicemente considerandoli come contenitori delle azioni sociali e delle politiche pubbliche, dunque soffermandosi poco sulla loro forma materiale e simbolica e lasciando semmai questo compito ad altri studiosi: architetti e urbanisti *in primis*, ma anche psicologi dell'ambiente e geografi. Ciò che si vuole qui affermare è che i luoghi – intesi soprattutto come spazi carichi di significati – hanno una forza propria, spesso misconosciuta, costituiscono variabili indipendenti e autonome che generano atteggiamenti e comportamenti negli esseri umani. Pur senza voler abdicare ad una sorta di determinismo architettonico, dunque pur riconoscendo che il rapporto esistente tra uomo e luoghi è di natura biunivoca, resta valido un assunto di base da cui prendere le mosse per studiare la città e i territori, e cioè che per capire cosa succede nella **vita di tutti i giorni** occorre *in primis* capire soprattutto in quale **contesto** avviene. Non si tratta solo di una contestualizzazione geografica ma piuttosto rispetto ad una tipologia di luoghi possibili che inframmezzano l'azione umana.

Oggi il **paesaggio urbano** subisce accelerazioni tali da spiazzare chiunque voglia interpretarlo. Basta trascorrere un periodo di tempo anche limitato lontano da una città per stentare a riconoscerla una volta tornati. Dove è finita la bottega di alimentari una volta situata vicino alla piazza centrale del paese e oggi sostituita da un negozio di scarpe da ginnastica? Che fine ha fatto il cinema all'aperto che abbiamo frequentato da ragazzi nei mesi estivi? Quale sorpresa abbiamo nel trovare un garage multipiano al posto del vecchio campo di calcio? Quali conseguenze ne derivano dal punto di vista del nostro spaesamento, del nostro sentirci o non sentirci più parte della comunità, della nostra partecipazione civile rispetto a quel territorio?

Da qui la necessità di capire come cambiano i singoli luoghi che compongono i paesaggi stessi, non solo dal punto di vista architettonico ma anche per le funzioni che svolgono e i significati che vengono loro attribuiti nella società contemporanea. A tale riguardo, e come già osservato, non si tratta tanto o soltanto di lavorare a livello di luoghi georeferenziati, ma piuttosto occorre far riferimento a **categorie generali di luoghi**, cercando solo in un secondo tempo di declinare le nostre osservazioni ad un livello geografico più preciso. Per fare un esempio: prima di capire cosa succede nei quartieri milanesi della movida (da Brera ai Navigli) è particolarmente utile un inquadramento storico, architettonico e sociologico di come sono cambiati i bar, i ristoranti e i locali notturni nella vita quotidiana delle singole persone e delle collettività di appartenenza, indipendentemente dalla loro localizzazione. Ancora: come pensiamo

sia cambiata nella società contemporanea l'idea di carcere (indipendentemente dal fatto che si stia parlando di San Vittore o di Rebibbia)? Conoscere in poche pagine l'evoluzione di questo tipo di luogo, sotto il profilo infrastrutturale e simbolico, può sicuramente risultare importante per approfondire successivamente analisi riguardanti specifici casi studio.

L'**Enciclopedia Sociologica dei Luoghi** (ESL) intende costituire una occasione di ricerca e riflessione sul ruolo che i luoghi hanno avuto in passato e hanno tutt'ora nel segnare le società, i destini di uomini e donne che li hanno vissuti, frequentati intensamente o solo sfiorati. Vorremmo offrire ai nostri lettori alcune coordinate teoriche e presentazioni di casi, utili a sviluppare ricerche situate, riducendo il livello di indifferenza nei confronti dei luoghi che spesso caratterizza le ricerche sociologiche. Forse il termine enciclopedia, può tradire un accesso di ambizione, ma sembrava il più adatto a trasmettere l'idea di un lavoro in grado di toccare tanti luoghi: da quelli riguardanti i trasporti a quelli relativi il tempo libero, da quelli riferiti alla sicurezza pubblica a quelli inerenti il consumo, e via dicendo.

La **sociologia urbana** costituisce un ambito privilegiato per la trattazione di questi temi, ma l'enciclopedia è aperta a tutti gli studiosi che vorranno dare un contributo nella descrizione delle caratteristiche dei luoghi per come si sono modificate nel corso del tempo e per il significato che hanno assunto nella **società contemporanea**. Già questa prospettiva è presente in quell'area di studi che raggruppa sotto il nome di sociologia spazialista un'ampia gamma di studi e ricerche che riconosce nello spazio una crescente rilevanza nel condizionare le condotte umane: prospettiva che però sembrava necessario rafforzare ulteriormente attraverso una classificazione più precisa delle parti costitutive dello spazio stesso. Il progetto dell'ESL – ideato nell'ambito delle ricerche sulla *flânerie* e gli interstizi urbani, annunciato in un articolo pubblicato per *Sociologia urbana e rurale*<sup>2</sup> e presentato pubblicamente per la prima volta in occasione del convegno della **sezione AIS – Territorio** intitolato: *40 anni di "Sociologia urbana e rurale": un laboratorio permanente della disciplina. Giornata di studi in onore di Angelo Detragiache e Paolo Guidicini* (Bologna, 28 settembre 2018) – consiste nella raccolta, archiviazione e futura pubblicazione su di un sito web, di contributi riguardanti tipi diversi di luoghi e realizzati da studiosi e ricercatori di varie discipline. L'indirizzo

2 Nuvolati G. (2018), "Caratteri distintivi della sociologia urbana. Per un'enciclopedia dei luoghi", *Sociologia Urbana e Rurale*, n. 115, pp. 74-84.

del sito cui collegarsi per le procedure di registrazione e in tal modo contribuire alla enciclopedia è: <https://www.enciclopediasociologicadeiluoghi.it/>

Ad oggi più di **60 autrici e autori** hanno aderito alla iniziativa dando la loro disponibilità a scrivere una o più voci per l'ESL e in questo volume vengono raccolte e pubblicate le prime 21 voci pervenute. Molte altre sono in preparazione e confluiranno nei prossimi volumi. L'ESL di fatto vuole fermamente costituire un laboratorio aperto e di volta in volta aggiornabile, in grado in futuro di ospitare nuove voci e di completare e arricchire quelle già esistenti sul sito web dell'ESL.

Per quanto più specificatamente concerne questo primo volume, le voci che vi troviamo, in ordine alfabetico per luogo, sono:

Aeroporti	Antonietta Mazzette
Alberghi	Rossana Galdini
Cantine vitivinicole	Paola De Salvo
Casa	Irene Sartoretti
Centri commerciali	Ariela Mortara
Carceri	Carla Lunghi
Coworking	Maurizio Busacca
Locali notturni	Silvia Crivello
Mercati rionali	Licia Lipari
Metropolitana	Matteo Colleoni
Musei	Sara Spanu
Negozi di alimentari	Nunzia Borrelli e Lorenza Maria Sganzzetta
Osterie	Luca Bottini
Palestre	Maria Luisa Fagiani
Parchi urbani	Alfredo Mela
Ponti	Gilda Catalano
Portinerie di quartiere	Monica Bernardi
Quartieri gay	Salvatore Monaco
Sale cinematografiche	Luca D'Albis e Rosantonietta Scramaglia
Stadio	Simone Tosi
Università	Nico Bazzoli

Prima di concludere, un ringraziamento particolare va rivolto a **Elena Battaglini**, **Letizia Carrera**, **Gilda Catalano**, **Gabriele Manella** e **Silvia Mugnano** per il supporto fornito nella fase di avvio del progetto ESL e a **Monica Bernardi** e **Luca Bottini** per il contributo redazionale in fase di realizzazione del presente volume, oltre che alla **sezione AIS – Territorio** per aver accolto favorevolmente sin dall'inizio il progetto.



ENCICLOPEDIA  
SOCIOLOGICA  
DEI LUOGHI

*Volume 1*





# A

**Aeroporti – ANTONIETTA MAZZETTE**

**Alberghi – ROSSANA GALDINI**



# A L' aeroporto: tra luogo della mobilità e metafora urbana

---

di Antonietta Mazzette<sup>1</sup>

L'aeroporto è un articolato insieme di ambiti spaziali e di attività specializzate che in pochi decenni ha subito notevoli cambiamenti, molti dei quali sono comuni a quelli avvenuti dentro gli insediamenti urbani. È anche la metafora della città contemporanea perché è diventato un luogo rappresentativo delle tendenze in atto dal punto di vista dei contenuti sociali e dell'organizzazione degli spazi. Al pari di molte città, in specie quelle globali, l'aeroporto funge da luogo strategico per un insieme composito di settori economici altamente tecnologici, assumendo valenza di importante spazio urbano, oltre che essere luogo di flussi di beni e di persone, porta di accesso a vasti territori, nodo di ampie reti urbane ed extra-urbane. L'interesse dei sociologi per questo "luogo" è recente perché l'aeroporto ha assunto una forte centralità in relazione alla pluralità di funzioni assunte, alla crescita del numero di persone che ne usufruiscono, al fatto che è diventato uno dei luoghi materiali e simbolici più importanti che rinvia a un modo di vivere estremamente mobile e provvisorio.

*The airport presents a complex mix of areas and specialized activities that has undergone significant changes in a few decades and many of which are similar to what took place in urban settlements. Moreover, the airport represents a metaphor of the contemporary city, because it has become a representative site as regards social presences and space organization. Like many cities, in particular the global cities, the airport serves as a strategic site for a composite set of highly technological and economic sectors: it is significant as an urban space and as a place of flows of goods and people, as well as a gateway to vast territories and a node of urban and extraurban-wide networks. Sociological attention to this "place" is recent, because the airport has assumed a central role in relation to its variety of functions, to the growth of its users, to the fact that it has become one of the most important material and symbolic place that recalls highly mobile and temporary lifestyles.*

<sup>1</sup> Antonietta Mazzette è professore ordinario di Sociologia urbana e insegna presso l'Università degli studi di Sassari; è responsabile scientifica dell'Osservatorio Sociale sulla Criminalità in Sardegna (OSCRIM) e dal dicembre del 2016 è coordinatrice nazionale dell'Associazione di Sociologia – Sezione Territorio. I suoi studi si concentrano sui mutamenti urbani, gli spazi pubblici, le forme di insicurezza sociale, gli effetti territoriali della criminalità in Sardegna.

## 1. Definizione e storia

L'aeroporto nasce agli inizi del Novecento nell'America del Nord, ma quasi contemporaneamente anche molti Paesi europei si dotano dei primi aeroporti, ad esempio, quelli italiani nascono nel 1908 a Roma e Torino, senza però avere una funzione civile che si diffonderà solo a partire dal secondo dopo guerra. Le tipologie di aeroporto possono essere diverse: civili, militari, o anche misti; pubblici, privati; nazionali, internazionali, compresi quelli locali e regionali. In neppure un secolo sono stati costruiti nel mondo circa quarantamila aeroporti, senza contare quelli esclusivamente privati.

Se fino agli anni '70/'80 del secolo scorso, l'aeroporto era frequentato da una popolazione che viaggiava per ragioni di svago e lavorative, ma comunque limitata soprattutto per gli alti costi dei voli; dagli anni '90 in poi ha progressivamente



*Figura 1. Aeroporto Odloty (Cracovia)*

vamente occupato un ruolo centrale nel complessivo sistema della mobilità, diventando, per così dire, di “uso comune”, tanto da comportare nel 2018 un flusso di oltre quattro miliardi di persone, circa il doppio del decennio precedente e con previsioni di

costante crescita, anche perché sono “entrati in gioco” gli aeroporti cosiddetti minori dove gravitano le compagnie low-cost e che in breve tempo sono diventati competitivi rispetto agli aeroporti tradizionalmente più importanti: Beauvais rispetto a Paris-CDG/Orly; Hahn rispetto a Frankfurt; London-Stansted rispetto a Heathrow; Orio al Serio rispetto a Milano-Linate/Malpensa; Girona rispetto a Barcellona, e così via<sup>2</sup>. Il che significa che l'aeroporto, non

2 Cfr la Tabella 7.1 in Graham (2008: 232).

solo è diventato uno dei nodi materiali e simbolici più importanti della mobilità dei beni e delle persone, ma su di esso gravitano ormai ingenti flussi di risorse e investimenti finanziari (Graham 2008: XIII; ma vedi anche Gordon 2008).

In pochi decenni è diventato un particolare luogo dove le tecnologie e i sistemi di sicurezza devono essere tenuti costantemente aggiornati, ai quali si sono aggiunti differenziati tipi di consumo (dal cibo all'abbigliamento e all'oggettistica), servizi di vario genere, in particolare quelli che rientrano in un'idea di comfort e di svago del viaggiatore, rivolti a un numero sempre più imponente di per-



*Figura 2. Aeroporto di Amsterdam*

sone, oltre che a un numero ugualmente ragguardevole e variegato di figure professionali e lavorative. L'aeroporto influisce, così, in modo crescente sull'area regionale in cui è situato, essendo il luogo per eccellenza che rappresenta e racchiude: a) lo snodo di gerarchie di reti tra città e territori vasti; b) differenziate forme di competitività tra sistemi regionali e nazionali; c) diverse economie e attività di tipo globale che hanno una ricaduta sui sistemi locali; d) processi decisionali in cui sono coinvolti attori sociali ed economici legati tanto al territorio di riferimento, quanto ad ambiti de-territorializzati e poco visibili; e) ricerche tecnologiche che sono sempre più sofisticate per garantire efficienza ma, soprattutto, per attuare una sorveglianza totale in nome della sicurezza; f) scenari in cui il consumo diventa una modalità centrale di azione sociale oltre che economica. L'aeroporto è, dunque, un complesso e articolato insieme di ambiti spaziali in cui entrano in azione attività specializzate generalmente presenti in modo diffuso nelle città globali e che sono essenziali per la iper-valorizzazione del capitale. Inoltre, come per le città globali, l'aeroporto funge da luogo strategico per tanti altri settori economici (Sassen 2002: 21).

In altre parole, l'aeroporto è la materializzazione effimera dello “spazio dei flussi” (Castells 2002: 481 e ss.), al pari dei più importanti nodi di comunicazione.

Per tutte queste ragioni, l'aeroporto è da considerarsi una risorsa territoriale nella quale entrano in gioco sistemi complessi di governance pubblici e privati, sistemi territoriali che, nel contempo, sono locali e globali, rappresentativi sia di una più generale vita urbana nella quale la mobilità ha assunto il valore di categoria interpretativa centrale – mobilità che deve avvenire sempre all'insegna della sicurezza –, sia di comportamenti e interazioni individuali nei quali il consumo è diventato il collante principale dell'azione sociale.

## 2. Il ruolo dell'architettura

L'interesse dell'architettura per questi “luoghi” non è recente. Già nel secolo scorso, i maggiori architetti del Novecento si sono cimentati nella progettazione di aeroporti: dal finlandese Eero Saarinen all'italiano Aldo Rossi – il primo si è occupato dell'aeroporto JFK di New York nel 1962 (ora questo terminal è



*Figura 3. Aeroporto Odloty (Cracovia)*

stato trasformato in un hotel), mentre il secondo ha ampliato l'aeroporto di Milano-Linate nel 1992. Ma l'architettura ha assunto una rinnovata centralità a cavallo tra il XX e il XXI secolo, dovuta oltre che alla pluralità dei contenuti assunti dall'aeroporto, insieme all'estensione delle funzioni primarie del suo essere porta di entrata e uscita da un territorio (città, metropoli, regione, etc.), al fatto che si è creato un diret-

to parallelismo tra città e aeroporto, soprattutto in termini di tendenze del mutamento. Ad esempio, l'aeroporto internazionale di Madrid-Barajas è stato ideato dallo studio di Richard Rogers, all'insegna della sostenibilità ambientale e della valorizzazione paesaggistica, quali le strategie per ridurre l'inquinamento del traffico aereo, il contenimento dei costi di manutenzione (ad esempio, è previsto l'utilizzo dell'acqua piovana), l'uso della pietra calcarea, e così

via, così come ritroviamo nelle città più avanzate sotto il profilo della sostenibilità ambientale. Anche Renzo Piano si è interessato agli aeroporti, progettandone uno in mare aperto – l'aeroporto internazionale del Kansai nella baia di Osaka in Giappone – in linea con i progetti di espansione urbana realizzati sottraendo “spazi” al mare: si vedano i nuovi quartieri di Tokyo.

Insomma, fintanto che l'aeroporto aveva quasi esclusivamente la mono funzione del viaggio (di persone e beni), le caratteristiche architettoniche erano



Figura 4. Aeroporto internazionale di Tokyo

piuttosto semplici: grandi manufatti con i corridoi di entrata e uscita. Ma oggi l'aeroporto rinvia a un'idea di città desiderata da un numero crescente di persone. Ciò naturalmente apre un insieme di interrogativi in termini di esclusione e inclusione, segregazione e auto segregazione, partecipazione, conflitto e cittadinanza. Interrogativi con-

nessi agli effetti sociali della sorveglianza (Ball 2002, Ball e Haggerty 2005) e al fatto che vivere in un *panoptic sort* (Gandy 1993), equivale ad accettare non solo di essere permanentemente “sotto controllo”, consentendo così che la stessa libertà individuale possa essere limitata, ma anche di non mettere in discussione né i contenuti delle politiche adottate e neppure chi provvisoriamente ha compiti di governo.

Sotto questo profilo, l'architettura assume una rinnovata centralità, sia perché deve saper valorizzare e, nel contempo, generare questi contenuti, sia perché deve rinnovare in senso attrattivo l'insieme di attività funzionali all'esistenza dell'aeroporto, dal comfort dell'attesa alla piacevolezza del tempo dedicato al consumo.

Non si tratta, dunque, solo di singoli manufatti, ma di intere città aeroportuali, come quella progettata da Zaha Hadid per Zagabria, dentro la quale le diverse parti vengono collegate tra loro da un vasto parco urbano; così come l'architettura high-tech di Norman Foster che applica il concetto di leggerezza urbana agli aeroporti: da Hong Kong (con il Chep Lap Koh Airport) al Dubai



International Airport, dal London-Stansted al Beijing Capital International Airport di Pechino.

In questi concetti di fluidità e continuità che si materializzano nelle opere architettoniche di cui qui si riportano solo alcuni esempi, si percepisce una relazione osmotica città/aeroporto.

Va detto che la qualità di questi manufatti viene costantemente misurata, ad esempio, esiste una classifica dei “World Airport Awards” che è il risultato annuale di una selezione dei migliori aeroporti del mondo sotto il profilo architettonico, oltre che della funzionalità. Tale classifica si basa sul gradimento dei viaggiatori, i quali assegnano un voto a oltre 500 aeroporti.

Ad esempio, nel 2018 ai primi posti troviamo soprattutto aeroporti del continente asiatico (Singapore Changi, Seoul Incheon, Tokyo Haneda, Hong Kong, Doha Hamad) e, a seguire, alcuni aeroporti europei, quali quelli di Monaco, Londra-Heathrow, Zurigo e Francoforte. Tra i primi cento aeroporti per il momento non ve n'è alcuno italiano.



*Figura 5. Aeroporto Internazionale di Tokyo*

### **3. Funzioni sociali e trasformazioni**

L'aeroporto può essere considerato, perciò, una proiezione materiale e simbolica di un modo di vivere la città e, più in generale, la società. Modi di vita e comportamenti i cui percorsi sono sempre più dilatati e più frequenti per la possibilità stessa di ridurre i tempi di attraversamento, ma anche più provvisori e instabili, così come lo sono gran parte delle relazioni e delle interazioni sociali che si formano in ambito urbano e metropolitano.

La sicurezza e la sorveglianza presenti in un aeroporto generalmente non sono messe in discussione e neppure vengono percepite come invasive, ma oggi vengono accettate anche dentro le città, soprattutto all'indomani dell'attentato

dell'11 settembre del 2001 e successivamente dopo i diversi attacchi terroristici che hanno attraversato il mondo: dalla strage di Charlie Hebdo al massacro di Bataclan a Parigi nel 2015, fino a quelli avvenuti nell'aeroporto Zaventem, nella metropolitana di Bruxelles nel marzo del 2016, nelle strade di Munster in Germania nel 2018, a Strasburgo alcuni giorni prima del Natale dello stesso anno. Basti pensare alle misure di sicurezza adottate a Milano in occasione dell'Expo, a Roma in relazione al Giubileo della Misericordia o a Bruxelles che per giorni ha blindato la città sul finire del 2015: stare pazientemente in fila davanti a un museo o a un edificio di pregio, accettare di essere perquisiti e analizzati con il metal detector nei cosiddetti "luoghi sensibili", essere osservati dai monitor della video sorveglianza dentro e fuori gli spazi pubblici, è diventato un paesaggio urbano sempre



*Figura 6. Aeroporto Internazionale di Vancouver: luogo di attesa, relax e consumo*

più consueto e frequente, accettato e persino desiderato perché considerato rassicurante, esattamente come avviene in un aeroporto. Insomma, vi è stato un passaggio concettuale dall'aeroporto che, come ha scritto Giandomenico Amendola (1997: 150) riepiloga «l'immagine della città e il suo *genius loci*», alla città che si "specchia" in esso.

Come leggere queste trasformazioni? Ai fini del presente saggio prenderò in considerazione quattro approcci conoscitivi che mi appaiono utili ad acquisire concettualmente l'aeroporto come emblematico luogo che racchiude (o anticipa) le tendenze urbane più importanti.

Il primo approccio riguarda un insieme di ricerche che hanno avuto come focus i nuovi paradigmi della mobilità, dentro cui si costruiscono identità sociali e relazioni. Il riferimento principale è agli studi di John Urry (2000; 2002; 2007; 2009).

Il secondo filone è quello che considera l'aeroporto "impregnato" di potere e controllo e focalizza l'interesse sui nessi problematici che intercorrono tra mobilità e sorveglianza totale. Il riferimento principale è a Peter Adey (2004; 2007).

Il terzo approccio è quello connesso a specifici studi di caso che prendono in considerazione le più recenti trasformazioni multifunzionali degli aeroporti assimilabili a quelle che riguardano gli shopping mall. Ad esempio, uno dei primi aeroporti che ha inaugurato lo stile mall è l'Airport Schiphol di Amsterdam (Nikolaeva 2012). Sotto questo profilo, sono utili i numerosi studi sugli shopping mall, a partire dal "classico" lavoro di Margaret Crawford del 1992 *The World in a Shopping Mall*.

Il quarto approccio riguarda il parallelismo tra *Gated Communities* e aeroporto, a partire dalla concettualizzazione di Simon Parker (2004) e alle contestuali riflessioni critiche.

Per ciò che riguarda il primo approccio, mi limito in questa sede a citare gli studiosi che, a mio avviso, sono interessanti ai fini di questo scritto e che, seppure da punti di vista diversi, si sono occupati delle ragioni che producono mobilità e dei suoi significati culturali e metafisici: Manuel Castells, in relazione all'influenza sulla struttura sociale della diffusione delle tecnologie digitali (2002); Guido Martinotti, in relazione alla nuova morfologia sociale e alla dimensione metropolitana (1990, 1999), Tim Cresswell, in relazione alla produzione sociale di mobilità (2001). Ma è Urry che specificamente studia (a più riprese) la mobilità classificandola in quattro tipi di viaggio meritevoli di attenzione e non separabili l'uno dall'altro: «the physical movement of objects, the imaginative travel, the virtual travel, the corporeal travel of people» (2002: 255). Va ricordato che, fino a qualche decennio fa, la sociologia ha focalizzato l'attenzione sulle interazioni tra singoli individui e gruppi sociali in una condizione di prossimità – basti pensare al ricco filone di studi che, partendo dall'*Excursus sulla Sociologia dei sensi* di George Simmel del 1907, è approdato alle interazioni *face to face* studiate da Irving Goffman per oltre due decenni (1959-1981) –, ma secondo Urry, la sociologia ora dovrebbe investigare sul nesso tra relazioni sociali in situazione tanto di prossimità, quanto di distanza, giacché la diffusione delle nuove tecnologie digitali ha indotto un mix di spazi reticolari che sono sia di tipo virtuale che di prossimità (*Ibid.*: 254 e ss.). Ciò perché prossimità e distanza sono diventati due elementi stabili della

complessiva vita sociale e riguardano ormai tutte le tipologie di popolazione, ma soprattutto quelle più mobili.

Per ciò che riguarda il secondo approccio, Adey (2004; 2007) esplora «a number of the most recent surveillance techniques for monitoring and controlling passenger at the airport» (2004: 501), analizza le implicazioni di queste tecniche in termini di privacy e di discriminazione ed esamina la sorveglianza della (human and non-human) mobilità ossia delle persone e degli oggetti in transito, applicando l'approccio *Actor Network Theory* (ANT) e che può essere utilizzato per studiare e comprendere i nessi che si creano tra comportamenti sociali e applicazione delle tecnologie della sicurezza: «This systematic approach focuses on the infrastructure which supports socio-technical developments and their interactions. ANT also provides us with a lens to examine the links between the so-called social and the technical and suggests that actors can be enrolled to stabilise the network» (Carroll *et al.* 2012: 54). Come scrive Adey, l'aeroporto è uno spazio sotto sorveglianza totale, il che non significa che ogni passeggero sia rigorosamente esaminato, bensì che le autorità aeroportuali mettono in atto diversi metodi e tecniche di sorveglianza, comprese quelle che permettono di studiare il “body as text” fino alle tecniche conosciute come *profiling* per selezionare chi e che cosa potrebbero essere fonte di insicurezza (2004: 505-508). L'aeroporto è un sistema spaziale totale costruito ed organizzato per ordinare e classificare le persone in movimento (Dodge e Kitchin 2004). Questo sistema è invasivo, produce separazioni artificiali tra persone e tra queste e gli oggetti, contempla esclusioni di vario tipo, ma è sempre più accettato e persino desiderato, così come la sicurezza è diventato uno degli indicatori sociali più importanti per misurare la qualità della vita degli individui e dei luoghi.

Per ciò che riguarda il terzo approccio, il fatto che l'aeroporto sia ormai sempre più simile a uno shopping mall lo rende uno spazio familiare anche grazie agli oggetti esposti, al pari di tutti quei malls situati all'interno o ai bordi delle città di provenienza dei passeggeri. Oggetti che nella città rappresentano pezzi di mondo, così come il mall nel suo insieme racchiude il mondo complessivamente inteso, ossia oggetti che si possono trovare ovunque, soprattutto se si tratta di brand noti: «As central institutions in the realm of consumption, shopping malls constantly restructure both products and behavior into new combinations that allow commodities to penetrate even further into daily life». E ancora: «Malls have achieved their commercial success through a va-

riety of strategies that all depend on “indirect commodification”, a process by which non salable objects, activities, and images are purposely placed in the commodified world of the mall» (Crawford 1992: 12 e 16). Ma gli shopping malls sono spazi privati che possono assolvere anche a funzioni pubbliche, a patto che si rispettino le regole del mall; regole che restringono le attività civiche, politiche e religiose specifiche della vita urbana storicamente data. Come ha scritto Margareth Kohn (2004), i malls suburbani hanno dimostrato, più dei centri urbani tradizionali, che sono luoghi più economici, comodi per i parcheggi e contengono economie di scala, sono anche spazi sorvegliati che, però, non significa che siano preferibili dal punto di vista estetico e soprattutto civico (Kohn 2004). Il mall è uno spazio privato che rafforza l'esistenza di mobilità segregate all'interno di corridoi sotto controllo, grazie ai quali è più facile assicurare che le persone diverse tra loro non si incontrino: la gente d'affari non si mescola con la gente da strada, i consumatori non si confrontano con coloro che hanno scarse capacità di accesso alle risorse e i ricchi non vedono i poveri. Questa assenza di mescolanza sociale è evidente anche sotto il profilo architettonico, o meglio le architetture dei malls non sono ideate per agevolare la mescolanza sociale, bensì per semplificare le dinamiche del controllo, oltre che l'accesso alle merci.

Per ciò che riguarda il quarto approccio, sembra esserci un nesso tra aeroporto e *Gated Communities* (Parker 2004), queste ultime sono da intendere tanto come comunità che si auto-segregano, chiuse sotto il profilo fisico (con barriere che ne impediscono l'accesso), tanto come forme di vita sociale che della sicurezza totale ne fanno un baluardo: possono varcare i cancelli solo quelle popolazioni adeguate al luogo per status e comportamenti sociali e che rispondono, così, alle regole dettate dal luogo stesso. In questo specifico senso c'è un nesso tra aeroporto e *gated communities*, considerato che l'accesso a un aeroporto è limitato soltanto a quelle popolazioni che hanno l'*habitus* del viaggiatore, oppure del personale che vi gravita e che lavora nei diversi ambiti. Per tutti gli altri la cesura spaziale è pressoché totale. Anche in questo senso, l'aeroporto è una metafora urbana, giacché, le città si stanno organizzando sempre più come un insieme di enclave, sulla base del principio che si sta con i propri simili, mentre si allontanano quelli che non sono percepiti come uguali a sé.

In definitiva, questi approcci, seppure solo accennati, aiutano a comprendere che l'uso che si fa di uno spazio urbano (pubblico e/o privato) e le modalità in cui lo si organizza e lo si controlla, non solo aiutano a comprendere le tra-

sformazioni urbane, ma rappresentano una idea di società *tout court*, di cui l'aeroporto è la metafora per eccellenza. Infatti, dietro la sua funzione principale di mobilità e di collegamento tra le diverse parti del mondo, l'aeroporto rinvia a un modello di ordine sociale che si vuole sicuro e senza presenze inquietanti, e dove la libertà di espressione è nei fatti limitata. Kohn ribadisce che gli aeroporti, pur essendo diventati dagli anni '80 in poi luoghi compositi dove coesistono molte attività, continuano ad escludere, anche perché queste attività sono sottoposte a restrizioni di vario tipo, comprese proprio tutte quelle espressioni legate alla libertà di parola, ad esempio le attività politiche. A mo' di esempio Kohn riporta casi sottoposti all'attenzione della Suprema Corte degli Stati Uniti e del Canada riguardanti gli aeroporti di Boston e Montreal, quali: il caso delle petizioni dei membri della *Church of Krishna Consciousness* ai quali è stato proibito di distribuire volantini dentro l'aeroporto; o anche lo sciopero di impiegati di una compagnia di noleggio auto presso la Logan Airport, ai quali è stato impedito di sostare dentro l'aeroporto. In tutti i casi, se l'aeroporto è da ritenersi un forum pubblico, in quanto variante moderna delle stazioni ferroviarie e dei porti, allora non si comprende perché la libertà di espressione non debba essere consentita; viceversa, come è avvenuto per le sentenze delle due Corti sopra citate, se l'aeroporto non rientra nel "tradizionale forum pubblico", allora sono consentiti i limiti e i controlli, così come vengono decisi dall'autorità aeroportuale. La Corte Suprema americana, infatti, ha sentenziato a maggioranza (quattro giudici su cinque) che all'aeroporto non si potesse applicare la dottrina riguardante i forum pubblici tradizionali; così come quella canadese ha posto «reasonable limits» alla libertà di espressione all'interno degli aeroporti (Kohn 2004: 37-45). Porsi problemi come il diritto di distribuire volantini in un determinato luogo, od anche usare altre forme di comunicazione per portare all'attenzione pubblica questioni che attengono alla libertà di espressione potrebbe apparire superfluo, comunque studiare come determinati spazi urbani cambiano o perdono la loro natura pubblica, aiuta a capire in che direzione stanno andando i più generali mutamenti delle città (*Ibid.*: 36-52).

Sotto questi aspetti, l'aeroporto sta assumendo una forte valenza, seppure articolata, di metafora urbana per almeno tre ordini di ragioni: *a*) è rappresentativo di un modello di organizzazione specializzata e separata degli spazi, all'insegna della sicurezza; *b*) è indicativo di un modello di ordine sociale semplificato in cui la polarizzazione inclusione/esclusione è acquisita come

ovvia e non viene messa in discussione; c) rinvia a comportamenti individuali estremamente mobili e perciò percepiti come “liberi”, ma che, di fatto, si sottraggono a tutto ciò che è espressione di cittadinanza attiva.

#### 4. Un caso di studio: l'aeroporto “Costa Smeralda”

L'aeroporto “Costa Smeralda”<sup>3</sup> si è affermato in relazione al turismo di élite che ai primi anni '60 del Novecento si è avviato ad opera del principe ismaelita Aga Khan, diventando in pochissimi anni competitivo nel Mediterraneo, oltre che rispetto agli aeroporti di Elmas (alle porte dell'area metropolitana di Cagliari) e Alghero-Riviera del Corallo (alle porte di Alghero e dentro il sistema urbano di Sassari, Alghero e Porto Torres).

La competitività è dovuta, anzitutto, per la notorietà dei viaggiatori appartenenti per lo più al jet-set internazionale, ma anche perché il turismo in Sardegna negli ultimi decenni è diventato un settore economico trainante. Il



*Figura 7. Aeroporto di Alghero-Riviera del Corallo: i primi segni di turismo internazionale alla fine degli anni '50 (fonte: Ente del Turismo)*

che ha comportato un crescente flusso di turisti provenienti dalle altre regioni italiane e da altri Paesi. Ma solo recentemente l'aeroporto “Costa Smeralda” ha assunto una funzione di centralità in quanto luogo urbano, rispetto sia alla città di Olbia, sia alla più vasta area

- 3 «Il nome “Costa Smeralda” fu scelto per consenso unanime, in quanto si ritenne che, come era avvenuto in altre parti del mondo a forte vocazione turistica, esso sarebbe stato un potente veicolo pubblicitario per tutta la zona a nord e a sud di Olbia. Una denominazione che causò in gran parte dell'opinione pubblica il falso convincimento che l'aeroporto fosse stato realizzato con fondi del Consorzio della Costa Smeralda (leggi Aga Khan), mentre invece l'opera fu interamente finanziata con fondi pubblici» (Gheradini 2003: 46 e ss.).

centro-orientale della Sardegna (in particolare la Gallura) (Gerardini 2003). La ragione di questa centralità è dovuta alla presenza di alcune funzioni primarie che lo hanno reso una risorsa urbana strategica. Infatti, è diventato sede universitaria – uno dei pochi casi al mondo di aeroporto che in alcune sue parti è stato trasformato in aule, uffici dei docenti e luoghi di ritrovo degli studenti – e anche sede di enti quali l'Associazione degli industriali, insieme ad alcuni servizi bancari e di supporto non solo turistico. In tempi più recenti è diventato anche un luogo di incontro, di consumo (compreso quello culturale) e di svago. L'elemento di interesse sociologico è che, in ragione di presenze tanto instabili (viaggiatori e popolazioni del territorio circostante) quanto stabili (studenti universitari e operatori dei diversi servizi presenti), questo aeroporto è diventato un luogo denso di pratiche sociali urbane.

Sotto questo profilo, il “Costa Smeralda” è un chiaro esempio di metafora urbana e, in tal senso, è un costante “oggetto” di studio dell'equipe di sociologi del territorio dell'Università di Sassari, fin dagli anni 2011/12, quando si è avviata un'indagine all'interno di un progetto di ricerca di interesse nazionale sugli spazi pubblici e le popolazioni mobili, per il quale sono state applicate diverse metodiche: dall'analisi di materiali tecnici e iconografici all'analisi secondaria di fonti statistiche, dalle interviste a interlocutori privilegiati all'osservazione diretta, svolta in diverse fasce orarie del giorno e in vari periodi dell'anno (Mazzette 2013, Mazzette e Spanu 2016). Va però specificato che l'osservazione degli usi sociali ha riguardato in modo particolare gli studenti che frequentano i corsi universitari ivi presenti, piuttosto che i viaggiatori che vi transitano.

Da questo punto di vista l'aeroporto “Costa Smeralda” è la rappresentazione materiale di quella metafora urbana a cui ho fatto riferimento nelle pagine precedenti e che è connessa sia alla crescente domanda sociale di sicurezza della città complessivamente intesa che implica forme di segregazione e autosegregazione individuale e di gruppo, sia al connubio pubblico/privato e alla propensione della città contemporanea verso la privatizzazione nell'uso degli spazi, nella gestione dei servizi, nelle fonti finanziarie, nelle attività presenti prevalentemente di consumo e di intrattenimento. Ma tutto ciò implica diversi aspetti problematici della vita sociale quali quelli che schematicamente indico qui di seguito:

1. si instaurano interessanti dinamiche pubblico/privato difficilmente distinguibili e separabili proprio in ragione della relazione che intercorre tra funzioni presenti, specificità dello spazio e flussi. Tali dinamiche si possono manifestare in pratiche che non sono linearmente né solo pubbliche né solo private, bensì



si collocano in un'area per così dire grigia di "quasi spazio pubblico" (Kohn 2001; 2004: 7-11).

2. Gli usi che si fanno delle sezioni "aperte" dell'aeroporto (ossia quelle

di attesa e di incontro) corrispondono a una natura pienamente urbana, in particolare in quelle parti dell'aeroporto che hanno un'esplicita destinazione d'uso legata alla formazione e alla ricerca dove si costruiscono relazionalità e forme di comunità che ritroviamo tanto nelle aule e negli spazi antistanti le università, quanto nelle tradizionali piazze urbane.

3. L'aeroporto è uno spazio sottoposto al controllo totale attraverso sia le tecnologie di sorveglianza, sia le logiche seduttive che normalmente si trovano in un mall. Ma una

medesima domanda di controllo degli spazi (con video sorveglianza e presenza delle forze dell'ordine) la ritroviamo anche al di fuori di questo luogo.

Ciò significa che

il controllo è percepito come rassicurante dai cittadini, piuttosto che come



*Figura 8. Aeroporto Olbia Costa Smeralda<sup>4</sup>*



*Figura 9. Aeroporto Olbia Costa Smeralda*

<sup>4</sup> Le tre foto riguardanti l'aeroporto Costa Smeralda sono state fatte dalla Prof. Lucia Giovannelli, presidente del corso di laurea in Economia e Management del turismo, Dipartimento di Scienze economiche e Aziendali, Università di Sassari. In particolare l'ultima riprende i frequentanti del corso, che studiano in un'area soprastante l'ingresso dell'aeroporto.

una forma di limitazione e di esclusione.

4. Il mix di attività di consumo e di intrattenimento presenti e la collocazione territoriale a ridosso di Olbia (il centro storico della città dista circa



Figura 10. Aeroporto Olbia Costa Smeralda

- 5 Km) lo portano ad essere considerato un vero e proprio centro urbano, al quale vanno aggiunte capacità attrattive e seduttive per i canoni seguiti nella costruzione e cura di un ambiente di qualità (Allen 2006). Infatti, qui sono numerose le persone provenienti da altri luoghi che si danno appuntamento per un caffè, visitare una mostra (ad esempio, si espongono quadri di pittori emergenti), ascoltare un concerto jazz, assistere alla presentazione di un libro, mangiare, studiare, fare shopping, e così via. Il tutto avviene in un ambiente visto come esteticamente piacevole e curato, nonché sicuro e protetto.
5. L'uso delle tecnologie digitali (dal computer portatile all'iPad e allo Smartphone) accompagna costantemente tutte le attività che si svolgono dentro l'aeroporto, così come avviene d'altronde in qualunque altro luogo urbano, per cui, l'osservazione diretta ha reso manifesti quegli spazi reticolari di cui aveva trattato Urry e che sono, nel contempo, virtuali e di prossimità.
6. Come in una *gated community* l'accesso non è né libero né aperto a tutti, soprattutto a coloro che non hanno l'*abito* giusto del viaggiatore, del consumatore, dell'operatore di una qualunque attività presente nell'aeroporto, dello studente, del professore che insegna in uno dei corsi universitari ivi presenti, del cittadino che ha capacità di accesso al consumo, e così via.
7. I singoli comportamenti rinviano a un'idea di tante micro-comunità coese al loro interno e che si formano sulla base del principio secondo il quale "si sta con i propri simili". E ciò nonostante la selezione, cioè l'esclusione, sia già avvenuta prima ancora di entrare nell'aeroporto. Infatti, raramente i fruitori dei diversi spazi si mescolano, mentre le sporadiche interazioni con chi è percepito come diverso da sé sono rapide, impersonali e funzionali ai servizi richiesti.

8. In definitiva, l'aeroporto "Costa Smeralda" presenta, senza le consuete sedimentazioni storiche e mediazioni culturali che si riscontrano nelle città storiche, molte delle caratteristiche e degli aspetti controversi che caratterizzano gli spazi urbani delle città contemporanee e a sviluppo avanzato.

## 7. Conclusioni

Rappresentare l'aeroporto come una metafora urbana comporta alcuni problemi interpretativi.

Anzitutto, considerato che si tratta di uno spazio la cui funzione principale è la mobilità e il flusso, la natura pubblica (che non è legata soltanto alla proprietà e al management) dell'aeroporto è sempre provvisoria (mobile per l'appunto) e legata, più che alla conformazione del luogo, prevalentemente ai comportamenti sociali dei suoi frequentatori, anch'essi provvisori. Osservando le pratiche degli studenti che studiano dentro l'aeroporto "Costa Smeralda", abbiamo avuto la conferma che gli spazi fisici sono uno dei "luoghi" di formazione che non esclude, a sua volta, altri "luoghi" di formazione interni alle reti di comunicazione virtuale. In questo senso, la fisicità dello stare insieme trova alimento e sollecitazione grazie all'uso costante delle tecnologie dell'informazione: ad esempio, gli studenti osservati hanno sempre tenuto aperte le due forme di comunicazione, della compresenza fisica *face-to-face* e del collegamento a distanza, così come aveva sottolineato Urry. Si conferma, inoltre, il bisogno sociale di costruire e inventare propri "spazi" di aggregazione e socializzazione in qualunque situazione, anche in quelle sottoposte al controllo totale come avviene in un aeroporto per le ovvie ragioni di sicurezza.

L'elemento sociale più interessante, a mio avviso, è costituito dal fatto che anche in uno spazio così delimitato e iper specializzato come l'aeroporto, si manifestano nicchie e corridoi di vita separati e distinti (assimilabili a quelli di attraversamento in entrata e in uscita verso i gate), dentro i quali vigono codici comunicativi interni ai gruppi che si formano in virtù degli interessi comuni e dei comportamenti conseguenti (le diverse forme di socialità, comprese quelle di *vita sotterranea*). Corridoi di vita che non entrano in relazione con l'ambiente circostante che, a sua volta, riduce i contatti all'utilità economica (i viaggiatori sono consumatori). Vale a dire che anche in uno spazio specializzato e controllato, perciò percepito come sicuro, il contatto con la molteplicità è

(in)volontariamente evitato, ossia si riproducono le medesime forme di (auto) segregazione fisica che ritroviamo nelle *gated communities*, stavolta però senza la primaria funzione dell'abitare, e perciò con un livello di mutevolezza e provvisorietà portato a parossismo.

## Bibliografia

- Adey P. (2004), "Secured and Sorted Mobilities: Examples from the Airport", *Surveillance & Society*, 1(4), pp. 500-519.
- Adey P. (2007), "'May I Have your Attention': Airport Geographies of Spectatorship, position and (Im)mobility", *Environment and Planning D: Society and Space*, 25, pp. 515-536.
- Allen J. (2006), "Ambient power: Berlin's Potsdamer Platz and the seductive logic of public spaces" *Urban Studies*, 43 (2), pp. 441-455.
- Amendola G. (1997), *La città postmoderna*, Bari-Roma, Laterza.
- Ball K. (2002), "Elements of surveillance: a new framework and future directions", *Information, Communication and Society*, 5 (4), pp. 573-590.
- Ball K. e Haggerty K. D. (2005). "Editorial: Doing Surveillance Studies", *Surveillance & Society*, 3 (2/3), pp. 129-138.
- Carroll N., Richardson I., Whelan E. (2012), "Service Science: An Actor-Network Theory Approach", *International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation*, 4 (3), pp. 51-69.
- Castells M. (2002), *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi Editore.
- Crawford M. (1992), "The World in a Shopping Mall", in Sorkin M. (a cura di), *Variations on a theme Park: Scenes from the New American City*, New York, Hill and Wang.
- Cresswell T. (2001), "The production of mobilities", *New Formations*, 43, pp. 3-25.
- Dodge M. e Kitchin R. (2004), "Flying through code/space: the real virtuality of air travel", *Environment and Planning A*, 36 (2), pp. 195-211.
- Gandy O.H. (1993), *The Panoptic sort: A Political Economy of Personal Information*, Boulder CO, Westview Press.
- Gerardini G. (2003), "Costa Smeralda: un aeroporto di livello europeo", *Sardegna industriale*, 4, pp. 46-51.

- Gordon A. (2008), *Naked Airport: A Cultural History of the World's Most Revolutionary Structure*, Chicago, University of Chicago Press.
- Graham A. (2008), *Managing Airports. An International perspective*, Third Edition, Oxford (UK), Elsevier.
- Kohn M. (2001), *The Mauling of Public Space*, Dissent, Spring.
- Kohn M. (2004), *Brave New Neighborhoods. The Privatization of Public Space*, New York-London, Routledge.
- Martinotti G. (1990), *Metropoli*, Bologna, Il Mulino.
- Martinotti G. (1999), "A city for whom? Transients and public life in the second-generation metropolis", in Beauregard R., Body-Gendrot S. (a cura di), *The Urban Moment: Cosmopolitan essays on the Late-20th-century City*, London, Sage.
- Mazzette A. (2013) (a cura di), *Pratiche sociali di città pubblica*, Bari-Roma, Laterza.
- Mazzette A. e Spanu S. (2016), "Alla ricerca della sicurezza totale negli spazi urbani", *Sociologia urbana e rurale*, 110, pp. 124-145.
- Nikolaeva A. (2012), "Designing Public Space for Mobility: Contestation, Negotiation and Experiment at Amsterdam Airport Schiphol", *Economische en Sociale Geografie*, 103, pp. 542-554.
- Parker S. (2004), *Urban Theory and the Urban Experience: Encountering the City*, London, Routledge.
- Sassen S. (2002), *Globalizzati e scontenti*, Milano, Il Saggiatore.
- Urry J. (2000), *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the 21st Century*, London, Routledge.
- Urry J. (2002), "Mobility and Proximity", *Sociology*, 36 (2), pp. 255-274.
- Urry J. (2007), *Mobilities*, Cambridge, Polity Press.
- Urry J. (2009), "Mobilities and social theory", in Turner B.S. (a cura di), *The New Blackwell Companion to Social Theory*, Chichester, Wiley-Blackwell.

# A L'albergo: spazio turistico e luogo di esperienza

---

*di Rossana Galdini<sup>1</sup>*

Le architetture turistiche, pur nella loro diversità, sono ideate per attrarre i clienti ed incontrare i loro desideri offrendo loro il set di una rappresentazione in cui possano essere insieme attori e spettatori. L'albergo, in particolare, è in ogni epoca espressione di esigenze e tendenze emergenti in ambito sociale, economico e culturale, capaci di generare spazi di consumo e di socializzazione, *ludic spaces* (Lefebvre 1976) creati per il loisir e l'intrattenimento. Dalle tipologie tradizionali dei Grand Hotel e dei villaggi del Club Méditerranée sino ai Concept Hotel contemporanei, agli agriturismi e agli alberghi etici, gli stili e le strategie comunicative cambiano ma resta costante l'obiettivo delle architetture turistiche. Esse devono soddisfare i requisiti funzionali, incantare e rassicurare, essere simboli di status e palcoscenici dove poter dare risposta all'*experience need*, sempre più al centro delle domande dei turisti contemporanei.

*Tourist architectures, despite their diversity, are designed to attract customers and meet their desires by offering them a representation in which they are at the same time actors and spectators. Hotels, in particular, are in every era, an expression of emerging needs and trends in the social, economic and cultural fields, able of generating spaces for consumption and socialization, ludic spaces (Lefebvre 1976) created for leisure and entertainment. From the traditional forms of Grand Hotels to contemporary concept and ethical hotels, their styles and communication strategies change, but the goal of tourist architectures is always constant. They must meet the functional requirements, reassure and be symbols of status. At the same time, they are places to respond to experience needs, increasingly at the centre of the demands of contemporary tourists.*

1 Rossana Galdini è professore associato presso la Sapienza, Università di Roma, dove insegna Sociologia Urbana e Sociologia della Progettazione Territoriale. I suoi temi di indagine riguardano la città come intreccio di dinamiche sociali, forme architettoniche e strutture produttive. È coordinatrice dell'asse cultura e patrimonio del Laboratorio Internazionale Associato Mediterrapolis dell'Università di Aix Marseille e responsabile dell'Urban Regeneration Lab: research, actions, ideas in Rom und Berlin, in collaborazione con la Technical University of Berlino.

## 1. Definizione e storia

Il termine albergo deriva dal gotico *haribergo* e dal franco *heriberga*, da cui ebbero origine l'italiano *albergo*; il francese *auberge*, lo spagnolo *albergue*. In italiano i termini albergo e hotel sono divenuti quasi sinonimi, per molti, tuttavia, l'hotel designa una categoria e delle caratteristiche superiori rispetto al termine più generale di albergo. La storia dell'ospitalità ha origini antichissime: all'inizio lo straniero di passaggio trova alloggio presso privati o istituzioni religiose, in seguito, l'aumento degli spostamenti e dei traffici rende necessaria la costruzione e l'organizzazione di alloggi. Nel mondo greco si ha notizia già nel IV secolo a. C. del *Leonidaion* di Olimpia che pare svolgesse la funzione di alloggio per i viaggiatori; altri spazi annessi a strutture religiose consentivano, inoltre, la sosta dei pellegrini. Nel mondo romano le strutture per l'ospitalità erano collocate lungo le strade di collegamento.

Nell'antichità, tuttavia, l'albergo nelle sue caratteristiche fisiche pare non fosse così diverso dalle abitazioni, con le stanze da pranzo a pianterreno e le stanze da letto al piano superiore. Nel Medioevo e nel Rinascimento prevale ancora l'ospitalità privata, soprattutto nelle classi agiate o in ambito religioso. In Italia i primi documenti riguardo agli alberghi risalgono al Duecento. Da quel tempo si diffondono e si diversificano lentamente alloggi e servizi di cui



*Figura 1. Hotel Disneyland Parigi*

i viaggiatori stranieri raccontano nelle loro cronache offrendo un interessante spaccato della società dell'epoca. Negli anni l'albergo si evolve, si differenzia, seguendo tendenze culturali, sociali, le caratteristiche dei luoghi, adeguandosi ad una domanda che diventa sempre più plurale, mutevole, così come si moltiplicano i fruitori e i tipi di destinazione.

Nell'ambito del vasto campo di interesse proprio dell'architettura e degli oggetti e spazi creati per il turismo, l'albergo è il palcoscenico ideale per la rappresentazione del sogno e dell'esperienza.

L'importanza che l'hotel riveste nell'analisi delle architetture turistiche risiede nel fatto che esso rappresenta l'esempio più antico e nei suoi mutamenti è possibile leggere l'intera vicenda di tali architetture. L'hotel diventa il prototipo della cultura postmoderna che attraverso l'architettura si propone di far convergere l'esperienza turistica con quella della vita quotidiana creando le condizioni per cui ogni cittadino sia al tempo stesso anche un turista. La categoria utilizzata nel breve excursus che segue sulla storia degli hotel è quella che fa riferimento alla capacità di creare l'illusione scenica, cioè la possibilità da parte di queste architetture di creare il *set temporaneo* e sempre mutevole che il turista attraversa e a cui adegua il copione della sua performance. L'hotel, qualsiasi tipo egli scelga, gli consentirà di vivere *come se*, una quotidianità che attinge alla storia, all'arte, alla cultura, alla tradizione e all'innovazione; essa è al tempo stesso concreta ma riprodotta, non vera ma verosimile, filtrata, abbellita e edulcorata. In questa condizione di sospensione dal tempo reale e di immersione in un mondo immaginario i due elementi ricorrenti sono la temporaneità e l'esperienza.

L'architettura turistica si presenta sin dall'Ottocento come architettura di esperienza. C'è un filo rosso che per un intero secolo ha tenuto insieme il Grand Tour, gli *inclusive tour* del turismo di massa ed i più recenti alberghi concettuali o firmati da Stark o Nouvel.

Pur nella diversità degli attori, dei ruoli e delle rappresentazioni turistiche, il concetto di scena è costante. È perciò possibile tentare una periodizzazione, assumendo come data di partenza la nascita del grande albergo della metà dell'Ottocento che insieme alla stazione rappresenta una delle grandi novità del panorama urbano delle grandi città. In particolare delle città capitali e della città sogno come Venezia, Firenze o Parigi. Il grande albergo è, come si è detto, la prima grande scena che l'architettura realizza per i turisti. Tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento il grande albergo di lusso è simbolo e



metafora della *belle époque*. A differenza dell'albergo scena contemporaneo, il Grand Hotel dell'epoca riproduce l'esperienza quotidiana dei suoi clienti. Rappresenta la continuazione – nella dimensione del loisir – della vita quotidiana delle classi agiate, fatta di lusso e di privilegi.

Nel 1900 la *Compagnie Internazionale des Grand Hotels* era già in possesso di una decina di lussuose residenze di proprietà sparse in tutto il mondo. La loro collocazione si trovava sulla rotta dei luoghi favoriti dalla presenza di strade ferrate che offrivano la possibilità a quanti potevano permetterselo di viaggiare e soggiornare in dimore principesche in cerca di svago, avventure, mondanità e piaceri. Lo standard internazionale previsto era di altissimo livello: gli hotel do-

vevano riprodurre le dimore delle grandi dinastie, con arredi ed ambienti lussuosi, scenari prescelti da membri delle famiglie e reali e dell'aristocrazia per le loro vacanze e i loro incontri. Nati nell'Ame-



*Figura 2. Hotel Disneyland Parigi*

rica democratica, come surrogati degli inesistenti veri castelli reali, si diffondono ben presto anche in Europa.

Il Ritz di Parigi, senza alcun dubbio il più famoso degli alberghi di lusso europei, nasce come hotel nel 1898 dietro una delle facciate disegnate da Jules Mansart per Place Vendome, per la quale le facciate precedettero nel progetto e nella realizzazione gli edifici retrostanti. Il fatto che l'hotel, edificio scena per eccellenza, nasca proprio nella piazza progettata per essere la grande scena urbana barocca è probabilmente casuale ma è certamente significativo.

L'ambiente, come testimonia il famoso quadro "Il Ritz" di Jeannot, è quello tipico dell'alta borghesia del passaggio del secolo ritratta da De Nittis o Boldini. L'albergo è il prolungamento dell'abitazione di cui però diventa palcoscenico visibile. Ciò che viene messa in scena ed offerta al pubblico è la vita

quotidiana delle classi aristocratiche. Valentino, la Garbo, Chaplin, Proust, Coco Chanel sono le presenze che consentono ai clienti ricchi ma anonimi del Ritz di assumere un ruolo in una rappresentazione centrata, direbbe Veblen (1899), sullo *sciupio vistoso*.

Parigi, il misterioso Oriente e le tappe obbligate per accedervi, Brindisi, Costantinopoli, il Bosforo, il Cairo, Lisbona, luogo di accesso per l'Atlantico, alcune località marine sul Mare del Nord, sulla Costa Azzurra e sull'Adriatico, sono le mete inizialmente prescelte dall'alta società.

## 2. L'hotel scena turistica e luogo di esperienza

Il Plaza di New York, progettato all'inizio del '900 da Henry J. Hardenberg è il prototipo di un hotel creato per conferire agli ospiti un'aura di distinzione che non poteva che provenire dall'Europa.

Lo stile è, infatti, quello dello *chateau* francese che ispira anche l'arredo dove abbondano boiserie e marmi, segni inconfondibili – nei codici comunicativi diffusi – di ricchezza e di gusto. L'obiettivo di questa architettura è produrre esperienza e comunicare un effetto distintivo sugli ospiti che, a loro volta, riverberano ricchezza e fama sull'albergo e su quanti, un po' meno ricchi e molto meno famosi, lo abitano.

L'iconografia del XX secolo abbonda di immagini delle camere e della sua hall: gli ospiti erano del calibro di Marilyn Monroe, dei Beatles, di Frank Lloyd Wright e Richard Nixon. La sua sala da ballo ha ospitato la leggendaria Black and White Ball, la serata di gala organizzata nel 1966 dallo scrittore Truman Capote. Vi sono stati girati film come "A piedi nudi nel parco" e l'indimenticabile capolavoro di Alfred Hitchcock, "Intrigo internazionale". Ancora oggi una delle due grandi suite del Plaza è quella dei Vanderbilt di cui porta il nome. La presenza al Plaza di ospiti permanenti come i membri di questa famiglia mito dell'alta borghesia del nuovo mondo, costituiva una delle maggiori attrazioni della scena turistica e della vita sociale di New York.

I suoi quasi 300 metri quadri, tre camere da letto, caminetto con marmi antichi, soffitto a cassettoni alto quattro metri, diventano segni di distinzione preziosi che il turista ricco è disposto a pagare, malgrado il prezzo astronomico, per poter assaporare l'esperienza di vita dei super ricchi della nuova nobil-



*Figura 3. Hotel Façade.  
The Westin Excelsior Roma (Property)*

tà americana. Il Grand Hotel ha da sempre esercitato una grande attrazione sul pubblico di ogni provenienza.

Marcel Proust in “Sodoma e Gomorra”, descrive con rara efficacia il fascino dei grandi alberghi negli anni della Belle Époque: «Era organizzato come un teatro, e una quantità di comparse l’animava fin nelle soffitte. Sebbene il

cliente non fosse che una specie di spettatore, veniva continuamente coinvolto nello spettacolo e non come in quei teatri dove gli attori recitano una scena in platea, ma come se la vita dello spettatore si svolgesse in mezzo alle sontuosità della scena».

L’albergo del ’900 aveva ormai assunto caratteri ben definiti, legati al rapporto tra spazi privati (camere da letto o appartamenti) e spazi collettivi destinati appunto a una funzione quasi teatrale: quella di offrire un palcoscenico ai rapporti umani e ai riti sociali dell’alta borghesia. Proust, nelle sue descrizioni, ha lasciato un documento prezioso del significato umano che il tipo edilizio dell’albergo aveva assunto rispetto al rituale dell’alta società alla fine dell’Ottocento che aiuta a comprendere come edifici rimasti quasi identici, con la stessa destinazione d’uso, oggi come ieri, abbiano però mutato profondamente il loro valore simbolico. Anche i grandi alberghi italiani della Belle Époque rispondono all’esigenza di creare la scena per la classe agiata che si sposta per l’Europa in una bolla esclusiva fatta di Orient Express ed hotel a cinque stelle.

«Le sere d’estate il Grand Hotel diventava Istanbul, Bagdad, Hollywood... Si intravedevano nude schiene di donne che ci sembravano d’oro, allacciate da braccia maschili in smoking bianco, un venticello profumato ci portava a tratti musicchette sincopate, languide da svenire». Così Fellini descrive il Grand Hotel Rimini, che in quell’albergo girò scene del suo “Amarcord” e lo trasformò in un luogo magico, un’icona senza tempo. In origine in stile Liberty o edwardiano,

l'hotel ha subito nel tempo vari rimaneggiamenti soprattutto nelle stanze, dove gli ospiti del XXI secolo desiderano trovare l'high tech piuttosto che vecchi tappeti d'epoca, ma hall, le scalinate, i marmi, gli stucchi delle sale da pranzo non sono stati trasformati dal recente restauro che accentua il suo carattere di un luogo attraversato dalla storia, dalla cultura, dall'arte.

Nonostante le rilevanti differenze, ciò che accomuna i grandi alberghi di questa generazione è la coerenza di fondo con i loro ospiti di cui riflettono, amplificandolo, lo status.



*Figura 4. Hotel Entrance. The Westin Excelsior Roma (Property)*

Per le classi agiate della Belle Époque gli Excelsior ed i Grand Hotel non sono un sogno, quanto piuttosto una bolla protetta che consente loro di spostarsi liberamente per il mondo. James descrive un'architettura con uno scopo ben preciso e non un vacuum destinato ad ospitare "larve" sociali.

«Lo straordinario mondo dell'hotel si chiude rapidamente intorno a lui (al visitatore); qui c'era un ordine sociale in un equilibrio solidamente stabile. C'era un mondo la cui relazione con la sua forma ed il suo linguaggio comunicativo era praticamente imperturbabile; c'era una concezione della visibilità in pubblico come il linguaggio comunicativo essenziale organizzato con l'autorità che solo il genio americano per l'organizzazione potrebbe permettersi (James 1907)».

A differenza di James, Kracauer (1971) vede l'hotel come luogo della "utilità senza scopo", il nulla assoluto in cui vivono solo le apparenze: «Ci si incontra nella hall vis à vis de rien, l'albergo non è altro che un vuoto che non serve neppure – come la sala di riunione di una società per azioni – ad un fine posto dalla ratio. Ma se il soggiorno nell'albergo non consente né prospettiva, né

via di uscita, esso crea una distanza abissale rispetto alla vita quotidiana che al massimo può essere utilizzata a livello estetico – là dove estetico è inteso come definizione dell'uomo non-esistente».

Già negli anni '60 del '900 il quadro è cambiato: l'albergo è ancora la scena turistica per eccellenza ma deve offrire, quando è di lusso, l'occasione per una rappresentazione temporanea in cui molti possano recitare ruoli molto distanti dalla loro vita quotidiana, simulando però nella dimensione temporanea l'acquisizione di status, stile di vita, pratiche di relax e di interesse culturale che non appartengono alla loro reale quotidianità. Deve poter offrire un'esperienza da ricchi o da membri del jet set cosmopolita anche a chi proviene da aree periferiche. Un esempio rilevante è il Fontainebleau a Miami Beach progettato da Morris Lapidus. O l'hotel Excelsior di Roma che, inaugurato nel 1906 è uno dei luoghi simbolo della storia della Roma contemporanea. Situato nella celebre via Veneto non lontano da piazza di Spagna e da villa Borghese, l'hotel è stato soprattutto negli anni '60 luogo di incontro e di ispirazione di personaggi del mondo della cultura, della politica, dell'arte e delle star internazionali che animavano La Dolce Vita dell'epoca. Anche oggi il Westin Excelsior Rome è considerato come uno degli hotel più prestigiosi d'Europa.

La metropoli e in generale la città contemporanea si trasformano in scena in cui anche l'immaginario può essere rappresentato. Nella commistione tra passato e presente, tra stili e culture diverse si annulla il senso dello spazio e del tempo. Tutto diventa possibile, concreto e realizzabile. Il *tourist gaze* di Urry (1990) che preannunciava i tratti della cultura postmoderna viene assunto come uno dei principi organizzatori dell'esperienza contemporanea.

### 3. Funzioni sociali e trasformazioni

#### 3.1 *Gli experience hotel*

Con riferimento alla categoria della temporaneità, un esempio perfetto di alberghi scena e di *experience architecture* sono gli alberghi del mondo Walt Disney che, per definizione e per missione d'impresa, produce sogni (Dunlop 1996).

Disneyland è espressione dello spirito della città nuova: la città contemporanea attinge dalla sua filosofia e diventa espressione di un mondo in cui “chiunque può incontrare il proprio sogno ed immergervisi” (Amendola 2003). In realtà si tratta di qualcosa di più di un parco giochi: fin dall'inizio Disneyland è

stata progettata come una sorta di esperimento sociale ed urbanistico. La spettacolarizzazione dello spettacolo, la riproduzione di scene note tratte dai libri delle favole, dai film, dai western più famosi dai fumetti di film western, dai miti della tradizione e dalla *pop culture*, è stata realizzata mediante architetture che ricreano in scala ridotta scenari già visti o immaginati. Nella simulazione della realtà l'immaginario assume un carattere reale, il turista non solo può vedere davanti ai suoi occhi paesaggi noti, può entrare nella scena, avere un ruolo da protagonista o assistere ad uno spettacolo creato per lui. Il passaggio dalla realtà alla finzione si estende alla vita quotidiana: l'albergo è a tema e tutto il set è popolato da reali personaggi finti.

Le emozioni – dalla sorpresa di vedere materializzate davanti ai propri occhi le scene viste sui grandi schermi o le ambientazioni di celebri fumetti o alla riscoperta delle paure infantili per le streghe ed i fantasmi del castello incantato – hanno origine proprio dalle architetture che riproducono a scala ridotta ma con una straordinaria varietà di sequenze – ciò che ci si aspetta di vedere. Si tratta di piccoli mondi in miniatura in cui tutto è riprodotto verosimilmente; persino la musica contribuisce a creare atmosfere fantastiche. Una componente molto forte di questi luoghi è, dunque, la capacità di riconoscimento, una delle caratteristiche principali della bolla turistica che racchiude i vari Disneyworld. E se il potere d'acquisto ha in questi luoghi un ruolo necessario ma non così importante, assume un notevole rilievo per chi lo visita, la capacità distintiva. Armati di potenti strumenti di cattura delle immagini, non è solo importante recarsi a Disneyland, ma provare di esserci stati attraverso filmati, foto, souvenir. In queste fabbriche del divertimento e spacci del consumo i bambini sono, come osserva Augé (1999) pretesti per un divertimento scelto dagli adulti, i principali destinatari di molte attrazioni e servizi.

Nel mondo Disney, i parchi a tema, gli hotel, gli edifici sono progettati dalle più famose star dell'architettura. Ciò che accomuna gli architetti chiamati a progettare per Disney è riassumibile in tre punti:

- ricerca dell'autenticità storica per la riproduzione di edifici ed ambienti;
- adozione di un approccio stravagante e di categorie basate sull'esagerazione tipiche dei romanzi o dei libri di favole perché l'intera famiglia possa fruirne insieme.
- Disneyland è espressione di quella *entertainment architecture* che non è solo l'architettura dei parchi di divertimento, dei teatri o dei luoghi di loisir. Il termine fa riferimento a tutti quegli edifici e strutture, senza relazione con

le loro funzioni, progettati per stimolare l'immaginazione e incoraggiare la fantasia.

Alcune opere di architettura di intrattenimento sono riproduzioni di monumenti famosi, statue e fontane. *L'entertainment architecture* è spesso considerata postmoderna perché ricorre all'uso di forme familiari e dettagli in modi inaspettati. Un tipico esempio è dato dagli hotel di Las Vegas. Il Luxor, ad esempio, è stato progettato per assomigliare ad una piramide gigante; con imitazioni di grandi dimensioni di antichi manufatti egizi. Si trovano anche molti esempi di architettura spettacolo nel Disney World e in altri parchi. Per creare come un anello intorno ad Euro Disney a Parigi il più straordinario parco di un hotel a tema mai realizzato, Michael Eisner, presidente e CEO della Walt Disney Corporation, arruolò alcuni dei maggiori architetti del mondo: Stern, Graves, Predock, Gehry e Grumbach. A ciascuno degli architetti venne affidato il compito di disegnare un "hotel scena" che rappresentasse un mondo (esperibile) e richiamasse possibilmente immagini e storie cinematografiche. Grumbach progettò il Sequoia Lodge, citazione fedele dell'architettura dei pionieri del selvaggio west. A Robert Stern si deve il più lussuoso degli hotel il Newport Bay Club che rinvia al mondo pretenzioso ed aristocratico dei club nautici del New England. Quest'ultimo è il più economico degli alberghi di Euro Disney perché è mirato a famiglie con bambini per i quali la scena-sogno viene semplificata all'estremo. Per progettare il Santa Fe in maniera che evochi efficacemente il deserto ed i *pueblo* viene chiamato un architetto del New Mexico – Antoine Predock. Per raggiungere il difficile obiettivo di creare l'effetto "esperienza" entrano in scena le archistar, gli architetti di grido la cui firma è già di per sé sufficiente a richiamare clientela attenta alle nuove tendenze.

### *3.2 I design hotel*

Un mix di elementi classici e dettagli kitsch, un'eccentrica contaminazione di stili ed epoche, un insieme di tendenze minimaliste e opere d'arte estreme definisce una delle ultime tendenze diffuse nelle architetture turistiche delle grandi metropoli, nelle abitazioni più trendy, negli esclusivi spazi della ristorazione, del retail e negli hotel: i *design hotel*. Questi ultimi abbandonato il classico e anonimo stile dei grandi alberghi si trasformano aprendosi all'arte, alla tecnologia, al colore ed alle soluzioni fantasiose e innovative. Il pioniere in questo campo è Philippe Starck, che a partire dagli anni Novanta promuove e diffon-

de il *low design* realizzando in tutto il mondo alberghi di grande atmosfera per esperienze indimenticabili. I fruitori sedotti dall'ambiente straordinario e da una serie di optional, spesso tutti compresi nel prezzo, vivono la sensazione simultanea di familiarità e eccezionalità del luogo.

Le loro scelte sono evidentemente espressione del capitale culturale posseduto che è un forte elemento di connotazione dell'identità individuale. Se come afferma Bourdieu (1983) il consumo è cultura e le pratiche culturali distinguono l'individuo in quanto connesse all'istruzione e all'origine sociale, questo tipo di condizionamenti produce gli *habitus*, cioè disposizioni durevoli, strutture strutturate che funzionano come principi organizzativi di pratiche e rappresentazioni.

Il progettista non può non tener conto della pluralità dei gusti del turista/consumatore il quale in base al proprio *habitus* esige che spazi e oggetti siano trasformati in segni distintivi, e siano espressione della propria "interiorità dell'esteriorità" o viceversa, della "esteriorità dell'interiorità".

Lo spazio turistico crea il set per la rappresentazione: a Londra il St. Martin's Lane, nel centro di Covent Garden, si caratterizza per l'uso della luce che, manovrato dal cliente può assumere colori diversi, modificando anche la facciata; l'atmosfera interna ed esterna è creata dalla luce.

Ma se in Europa la tendenza è di ristrutturare vecchi edifici e ricreare l'atmosfera del luogo, in America, Australia e Giappone si realizzano nuovi progetti all'insegna di un'immaginazione senza limiti. Nel New York Hotel & Casino di Las Vegas, gli architetti Gaskin & Bezanski hanno collocato una Statua della Libertà a grandezza naturale. Ai quattro punti cardinali del mondo, insomma, architetti e designer cercano di recuperare l'atmosfera del luogo, sfuggendo all'anonimato dello stile internazionale funzionalista, identico a ogni latitudine terrestre. L'idea è di un abitare flessibile aperto alle più varie contaminazioni, non classificabile in un unico stile, con cui architetture e design producono atmosfere, storie, sogni, illusioni, aspirazioni, esperienze. Arte, architettura e numerose *things to enjoy* caratterizzano gli hotel della catena Small Luxury Hotels of the World, che diffusi in oltre settanta paesi offrono una varietà di esperienze adatte per ogni visitatore.

Questa tendenza è legata all'idea del *Concept Hotel* dove l'effetto distintivo è prodotto dal capitale culturale riconosciuto alla clientela e dalla capacità di questa – anche in questo caso affermata pregiudizialmente – di apprezzare la pur ostica arte contemporanea. Il *concept hotel* è un luogo di sperimenta-



zione e realtà tutta da esplorare. L'innovazione del *concept hotel* rispetto ad altre tipologie alberghiere è la centralità dell'atmosfera, la messa in scena del prodotto/spazio. La realizzazione di questi spazi s'inserisce nel trend più generale di ricerca della qualità e del benessere totale, dell'armonia interiore a cui l'architettura fornisce una risposta diversificata e personalizzata. Si diffondono nuove strategie della distinzione (Bourdieu 1980): non più solo lo status ma ciò che distingue è la capacità di comprendere che Sol Lewit o Fontana sono grandi artisti; che un ambiente arredato con materiali ecologici e semplici è da preferire ad un lusso falso ed esagerato, un soggiorno in una piccola struttura immerso nel verde soddisfa spesso più di un caotico hotel in pieno centro. Gli ambiti destinati alla socialità delle strutture alberghiere assumono oggi funzioni diverse rispetto a quelle tradizionali, diventano spazi d'intrattenimento non solo per i clienti ma anche per il pubblico esterno e punti di ritrovo per gli eventi della città. Si tratta di un nuovo trend definito *hotel entertainment* espressione di modalità innovative con grande attenzione al design, ai colori, alle luci ed alle atmosfere, all'arredo ed alle tecnologie.

Le architetture dei design hotel evocano la grande tradizione dell'ospitalità di lusso caratterizzati da interni postmoderni con elementi tratti dalla *Pop Art*, graffiti, e opere d'arte contemporanea. Oggi l'hotel non è soltanto un luogo in cui dormire ma diventa un elemento importante del viaggio e dell'esperienza complessiva. I design hotel offrono risposte anche ad una domanda di distinzione; sono in genere espressione di un elevato capitale culturale, di forme estetiche interessanti ed innovative. L'art hotel, eccentrica sintesi tra albergo e museo è una tipologia di albergo diffusa per gli ospiti che desiderano vivere dentro l'opera d'arte, unendo al concetto di accoglienza, quello dell'esperienza artistica in cui gli ospiti diventano parte dell'opera, vivono nell'opera, completandola. L'attenzione ai dettagli, i mobili, le architetture tutto contribuisce a rendere suggestivo l'ambiente.

Rispetto all'hotel del Novecento, copia di dimore di lusso per ospiti di un certo rango l'hotel mantiene il fascino e il suo carattere di mondo a parte ma non è più appannaggio di pochi eletti: il processo di democratizzazione del lusso (Fabris 2004, Codeluppi 2000) lo ha reso un oggetto di desiderio certamente costoso ma più accessibile rispetto al passato, slegandolo dal rigido concetto di status e offrendolo a tutti quelli che pur di vivere un'esperienza unica anche se temporanea sono disposti a non badare a spese.

L'organizzazione turistica e la sua scena architettonica sono il campo ideale per le pratiche competitive di distinzione che nel tempo libero sviluppano maggiore intensità.

Un principio generale dell'industria turistica è quello di dare corpo alle aspirazioni di status e di distinzione del cliente. Questa costante della progettazione e della gestione non incontra problemi nei grandi alberghi metropolitani (Hilton, Sheraton, Meridien, Hyatt, Excelsior), in quanto questi costituiscono un mondo chiuso al cui interno le differenze tendono ad essere dimenticate.

La notevole ricchezza di strumenti di facilitazione per la interazione con l'altro e per esperire la diversità è oggi ampliata da una cultura diffusa nella quale lo stesso quotidiano tende ad incorporare la diversità e dalla logica post-moderna secondo cui è la stessa realtà di ogni giorno ad essere un gigantesco e cambiante patchwork di forme, di identità e di culture.

Negli scenari contemporanei le architetture turistiche – come risulta dagli esempi citati – svolgono tra le altre due funzioni fondamentali:

1. agiscono come elemento di mediazione tra il consueto e il diverso, bilanciano le due diverse esigenze del turista contemporaneo: la sua curiosità e l'esigenza di protezione. Gli alberghi delle grandi catene internazionali mentre riproducono da un lato elementi di forte contestualizzazione, sono invece, per quanto concerne la logica funzionale sempre costanti e prevedibili. Persino la posizione oltre che gli arredi stessi sono uguali nelle varie città del mondo, uguale è la biancheria o quanto previsto per la prima colazione di casa. È questa l'idea della già citata bolla turistica, intesa come dimensione protettiva e rassicurante.
2. Operano come sistema disegni e simboli per orientare l'ospite e fungere da consolidamento del racconto turistico che attraverso processi di semplificazione è destinato a trasformarsi nella esperienza turistica.

È perciò necessario che sia un'architettura a forti capacità tanto semantiche che prescrittive perché l'ospite trovi nell'albergo tanto un condensato di segni del luogo e della sua cultura che le indicazioni necessarie per svolgere la parte che gli è stata assegnata nella rappresentazione turistica.

Gli alberghi sono sempre più frequentemente trasformati in set cinematografici popolati di manager, coreografi, direttori tutti intenti a collaborare al disegno di un ambiente che attrae e tranquillizza. Il cosiddetto *smooth space* è designato a contenere ed occupare i turisti incoraggiandoli a sostenere alcuni ruoli specifici. Si tratta di luoghi complessi che riscrivono il passato e mirano a

creare non tanto un'autenticità storica ma una *authenticity of affect*. L'estrema attenzione alle atmosfere, agli odori, ai suoni, ai gusti produce una percezione sensuale, un effetto assolutamente autentico. Molte volte l'attrazione è data dalle coreografie, dall'elemento spettacolare che s'inserisce in un paesaggio fisico diverso, ne enfatizza i caratteri, diventa un elemento di specificità e di sorpresa opponendosi a qualsiasi segno di omogeneità globale. Recenti studi di settore pongono in evidenza il fatto che non sono più le grandi catene alberghiere a fare tendenza, ma gli alberghi esclusivi, centrati sull'estetica globale. La gente che popola le scene del postmoderno come gli alberghi, i ristoranti, i resorts è la gente di Goffman che chiede all'architettura del suo tempo di creare una scena reale ed illusoria allo stesso tempo che soddisfi non tanto o non solo il bisogno di status quanto le loro aspirazioni e i desideri. La vita non è certamente una continua rappresentazione come era la vita di corte, ma deve sempre offrire la possibilità di eventuali ed improbabili performance.

Oggi, la scena offerta dalle architetture turistiche si differenzia riflettendo la varietà estremamente segmentata della domanda legata alla classe sociale, al capitale culturale ed al potere d'acquisto. L'hotel, le navi crociera, testimoniano l'affermarsi di un nuovo processo di creazione della vacanza. L'accesso al turismo è determinato dal proprio capitale culturale, dal potere d'acquisto e non solo dallo status. Per la prima volta si riafferma un turismo che unisce lo svago a nuovi lussi quali il tempo, l'attenzione, lo spazio, la tranquillità, l'ambiente, la sicurezza. Il lusso è dato dalla possibilità di scegliere come poter vivere, usufruendo della natura, della cultura, di buoni e salutari cibi ed estremo lusso di luoghi sicuri. A dare una risposta alla domanda di sorpresa e meraviglia che caratterizzano in genere l'esperienza di viaggio è proprio l'architettura, anche in questo caso un'architettura spettacolare, fantastica, mix di elementi stilistici diversi, richiami del passato, contaminazioni del presente e prefigurazioni del futuro. Sarà il turista ad interpretare lo spazio con gli strumenti di cui dispone; egli riuscirà a vivere in quegli spazi delle emozioni indimenticabili, a realizzare i propri sogni o, forse, con una chiave di lettura più ironica e disincantata a percepirne l'inautenticità e il kitsch dell'atmosfera. I cambiamenti che attraversano le città, i processi di urbanizzazione diffusa, l'interesse verso le tematiche ambientali e il turismo hanno prodotto i loro effetti anche in ambito rurale, determinando il proliferare di un'idea di campagna e soprattutto di vita in campagna che poco ha in comune con le tradizioni del luogo. Sono sorti agriturismi e fattorie come risultato dell'incontro tra la domanda del turista

di un mondo incontaminato, non soggetto alla routine vorticosa del mondo urbano e le esigenze di una realtà locale desiderosa di una spinta verso nuove attività.

Il diffondersi dell'agriturismo è collegato a due diversi modelli di strutture e forme di ospitalità rurale. Il primo è legato ad un modello culturale, riguarda la possibilità di vivere la campagna o il mare, secondo modalità più semplici ed economiche, in luoghi che assicurano uno stretto contatto con la natura. Esiste naturalmente un interesse di tipo economico, cioè si intravede una nuova opportunità di sviluppo per l'impresa agricola e la possibilità di favorire la valorizzazione turistica dell'ambiente agricolo e delle sue risorse. Il secondo è originato da un'esigenza esperienziale, dall'idea, cioè, di rendere concreto un modello ideal-tipico di campagna, immagine idealizzata di un mondo bucolico perfetto, in cui domina la bellezza, la semplicità e la naturalità. Tutto questo, in alcune regioni particolarmente felici dal punto di vista logistico e paesaggistico, ha modificato l'aspetto, creando per alcuni versi spazi protetti ed estremamente vincolati, come è avvenuto in Toscana o in Liguria, per altri ha falsificato il paesaggio, omologando centri storici e piccoli paesi di provincia, tutti riqualificati, tutti turisticamente attrezzati, resi simili e privati della loro identità. Vecchie fattorie hanno trovato nuova vita, strutture alberghiere sono state modellate come chalet e costruite con materiali rigorosamente naturali, sono state riprese vecchie tradizioni gastronomiche, prodotti tipici. Nelle aree verdi si arriva a regolamentare in modo perentorio anche lo stile rurale: la scelta dei materiali, paramenti in pietra, tegole in cotto, archi in mattone, possenti travi di legno a vista. Come se – e per di più dopo le lezioni di casa Farnsworth di Mies van de Rohe (1950) – in campagna si sia obbligati a vivere in finti casolari e solo un falso stile vernacolare sia in grado di garantire il rispetto del territorio. Laddove la crescita generata dal turismo è più forte, l'antropizzazione del paesaggio crea una sorta di parco tematico artificiale, frutto dell'immaginario idealizzato del turista di provenienza cittadina. Il turista sceglie la campagna ma esige che essa corrisponda ad un'immagine stereotipata e diffusa dai media: un contesto esteticamente bello, sicuro, perfetto, idilliaco. Si diffonde la "sindrome del Mulino Bianco": una martellante pubblicità in Italia ha determinato la diffusione dell'idea di un mulino dove è possibile un "ritorno alla natura", dove i prodotti sono quelli fatti in casa, dove la realtà, cioè il mulino è stato costruito secondo lo stereotipo di un luogo incontaminato, semplice e sicuro, dove i prati sono sempre verdi e le messi dorate, dove i bambini giocano

felici, accanto a genitori sorridenti e sereni e mangiando i prodotti della natura. Che si tratti di un mulino dimesso, che la ruota del mulino venga azionata solo per i visitatori da un meccanismo nascosto, che il prato sia disseminato di fiori di plastica è noto ma non così rilevante al punto da scoraggiare i numerosi visitatori che ogni anno si recano nella campagna senese a visitare quel luogo. La struttura utilizzata per girare alcune delle scene degli spot è diventata un agriturismo elemento di attrazione, meta di turisti che pur di vedere il mulino della pubblicità disertano la vicina abbazia di San Galgano. Il *concept* è evidente: all'interno del magico mondo del mulino gli oggetti (ed i prodotti) hanno un valore taumaturgico, che, viene esteso al luogo. Questo si materializza in un vecchio mulino restaurato e diventa luogo di pellegrinaggio.

### ***3.3 Dall'albergo diffuso all'hotel etico***

La domanda sempre più mutevole proveniente da un'utenza esigente ed esperta, la recente crisi economica, una maggiore sensibilità verso l'ambiente e la consapevolezza dei rischi connessi ad un uso indiscriminato delle risorse, un sistema di welfare insufficiente che determina una richiesta di lavoro spesso inevasa sono alcuni dei motivi che hanno orientato le scelte imprenditoriali e turistiche verso nuove tipologie di alberghi: l'albergo diffuso e l'albergo etico, di recente inaugurazione in Italia. Verso il primo si dirigono turisti alla ricerca di formule innovative e al tempo stesso in grado di rispecchiare il più possibile le caratteristiche del luogo. Le ragioni dello sviluppo di queste strutture riguardano innanzitutto il rispetto dell'ambiente culturale: la proposta dell'albergo diffuso si basa sull'idea del riuso, del recupero del patrimonio artistico e culturale dei centri minori, l'esigenza di conferire nuove funzioni e significati a queste strutture. L'obiettivo centrale sia delle politiche comunitarie che di quelle nazionali e locali è, inoltre, anche la possibilità per incrementare il reddito e l'occupazione dei piccoli centri, per mantenere o incentivare la permanenza della popolazione, rispettando l'identità, la cultura, l'ambiente ed i luoghi. A differenza degli alberghi tradizionali, l'albergo diffuso permette ai turisti di vivere l'esperienza di un soggiorno in case e edifici progettati per uso privato che non presentano le caratteristiche degli alloggi progettati per "turisti". L'idea di cogliere il senso dei luoghi è alla base del capitale culturale di chi sceglie questo tipo di alloggio.

Una delle più recenti tendenze riguarda inoltre gli alberghi etici, già realizzati nelle città di Asti e di Roma, che pongono al centro della loro attenzione le persone fragili: essi danno vita a una forma di ospitalità costruita sui principi dell'accoglienza e in cui la priorità è l'inclusione sociale e il collocamento lavorativo di persone diversamente abili che lavorano in queste strutture. Attraverso un percorso triennale di formazione/lavoro si offre ad alcuni giovani l'opportunità di acquisire una propria autonomia e indipendenza. Organizzati secondo il modello di una impresa no profit, i guadagni sono utilizzati per le spese o devoluti ad altre onlus per disabili. Da una dimensione ludica ed estetica, l'hotel si evolve verso una funzione etica e solidale offrendo opportunità di lavoro, di inserimento sociale, di crescita individuale e collettiva.

#### 4. Dal turista ai turisti

La figura del turista ha subito nel corso degli anni un processo di evoluzione psicologica e sociale legata alle mutate condizioni economiche, ai cambiamenti avvenuti nella società, alle nuove conoscenze tecnologiche.

Il passante dagli occhi ingenui secondo una definizione di Michaux (2004), il nomade del tempo libero, si è trasformato in un personaggio molto più complesso ed esigente, espressione di nuove domande e stili di vita, opinioni e comportamenti.

Quando nel 1851 Thomas Cook dà inizio al turismo di massa la sensazione di fastidio si trasforma in odio. Paragonati a truppe, descritti come orde e masse voraci che invadono e consumano i luoghi, i turisti diventano anche merce. La mercificazione del turista trasformato in moneta vagante, espressione del potere finanziario avviene simultaneamente al processo di democratizzazione del diritto alla vacanza ed al tempo libero di cui il turismo di massa è la più evidente espressione.

Oggi, parafrasando Urry (1990) non è più possibile parlare dello "sguardo" ma occorre tenere presente i molteplici sguardi del turista e dei turisti divenuti sempre più esigenti, selettivi, critici e desiderosi di esperienze. Le numerose domande che vengono rivolte alla scena turistica, sono caratterizzate da due aspetti principali: varietà ed ibridazione. La varietà è data dalla pluralità di profili che connotano il turista contemporaneo. L'ecologista, il turista colto, il turista estremo, sono, per esempio, prototipi diversi e idealtipi che nella realtà

non esistono in quanto sono per lo più ibridati perché segnati dalla sovrapposizione di esigenze, desideri e aspettative diverse. Il turista chiede servizi e funzionalità ma anche autenticità ed esperienza. Egli va alla ricerca del piacere e della cultura, della mondanità e del relax, di storia e tecnologia, di cibi standardizzati o di specialità tipiche, di realtà e di qualcosa che possa superarla.

Il risultato di questi fattori è stato il proliferare di una vasta tipologia di turisti con esigenze, desideri e aspettative diverse. Le modalità di vacanza, le destinazioni, la durata del soggiorno cambiano in relazione a fattori come età, compagnia, motivazione del viaggio. Il capitale culturale, il capitale economico, lo stile di vita distinguono il turista contemporaneo. Varietà ed ibridazione della domanda si riflettono in architetture diverse e ibride.

Le architetture turistiche forniscono risposte concrete a desideri ed esigenze immateriali, sono parte integrante di un percorso che produce esperienza e nello stesso tempo modificano ed assegnano ai luoghi forme, significati, nuovi e sempre diverse interpretazioni. Esse creano la scena in cui all'attore/spettatore viene data la possibilità di prendere un simbolico possesso e controllo dello spazio costruito o dell'oggetto e di segni in essi contenuti.

La costruzione sociale dei luoghi turistici contemporanei che elabora e riproduce l'immaginario della gente, dà voce attraverso l'architettura a desideri, aspettative, sogni ma anche a malesseri e insoddisfazioni. È in questa prospettiva che l'immaginario turistico di città e campagna orienta il ridisegno del paesaggio verso la realizzazione di luoghi autentici, parti di città, oggetti e spazi architettonici o, al contrario, di falsi come versione edulcorata e perfezionata di un'autenticità che è tutta da reinventare.

## Bibliografia

- Amendola G. (2003), *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Roma-Bari, Laterza.
- Augé M. (1999), *Disneyland e altri luoghi*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Bourdieu P. (1980), *Le sens pratique*, Paris, Ed. de Minuit.
- Bourdieu P. (1983), *La distinzione: critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino.
- Codeluppi V. (2000), *Lo spettacolo della merce*, Milano, Bompiani.
- Dunlop B. (1996), *Building a Dream – the Art of Disney Architecture*, New York, Harry N. Abrams Publishers.

- Fabris G. (2004), *Valore e valori della marca*, Milano, Franco Angeli, Milano, 2004.
- Galdini R. (2011), *Palcoscenici urbani. Il turista contemporaneo e le sue architetture*, Napoli, Liguori.
- Galdini R. (2013), “Utopie concrete e sogni costruiti: l’evoluzione delle architetture turistiche del Mediterraneo”, in Tidore C. (a cura di), *Città mediterranee nello spazio globale. Mobilità turistica tra crisi e mutamento. Città e contesti mediterranei*, Milano, Franco Angeli.
- Galdini R. (2011), *Palcoscenici urbani. Il turista contemporaneo e le sue architetture*, Napoli, Liguori.
- Kracauer S. (1971), “Hall d’albergo” in *Schriften I*, Surkamp Verlag, Francoforte, Surkamp, trad. it. *Saggi di Sociologia critica*, Bari, De Donato.
- James H. (1907), *The American Scene*, London, Chapman & Hall.
- Lefebvre H. (1976), *Il diritto alla città*, Marsilio, Padova.
- Michaux H. (2004), *Altrove. Viaggio in Gran Garabagna-Nel Paese della magia-Qui Poddema*, Macerata, Quodlibet.
- Veblen T. (1899), *La teoria della classe agiata. Studio economico sulle istituzioni*, Einaudi, Torino.
- Urry J. (1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage.





# C

**Cantine vitivinicole – PAOLA DE SALVO**

**Casa – IRENE SARTORETTI**

**Centri commerciali – ARIELA MORTARA**

**Carceri – CARLA LUNGHİ**

**Coworking – MAURIZIO BUSACCA**



# C Dall'agricoltura tradizionale al post-produttivismo: espressioni, significati e trasformazioni delle cantine vitivinicole

di Paola de Salvo<sup>1</sup>

Nel saggio l'attenzione si sofferma su rinnovate strategie di sviluppo locale, caratterizzate da nuove forme di radicamento territoriale, nuove tipologie socio-territoriali di impresa finalizzate al benessere delle comunità. In questo contesto si affronterà il tema della rifunzionalizzazione del patrimonio culturale in un contesto rurale post-produttivista con particolare riferimento alle cantine vitivinicole. Questi luoghi hanno nel tempo mutato la loro funzione socio-economica attraverso la riscoperta di valori destinati a diventare una risorsa non solo per la comunità locale.

*This essay focuses on renewed strategies for local development, characterized by new forms of territorial rooting, new socio-territorial types of business oriented to the communities' well-being. In this context, the theme of the re-functionalisation of cultural heritage in a post-productive rural context will be addressed, with particular reference to wineries. Over time, these places have changed their socio-economic function through the rediscovery of values destined to become a resource not only for the local community.*

## 1. Definizione e storia

Nell'industria vitivinicola le cantine costituiscono il complesso dei locali adibiti alla vinificazione, lavorazione, conservazione e confezione dei vini.

La storia dell'uomo è stata accompagnata da sempre dalla vite e dalla sua coltivazione e ha seguito i ritmi che la natura impone per la coltivazione, maturazione, raccolta e trasformazione dell'uva in vino. Il vino ha ricoperto nella

<sup>1</sup> Paola de Salvo è ricercatrice in Sociologia dell'ambiente e del territorio, presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Perugia, dove è docente affidatario di Sociologia e promozione del territorio e Sociologia Urbana e Rurale. Svolge in particolare attività di ricerca sui temi del paesaggio, del territorio e del turismo, dedicandosi in modo particolare allo studio della valorizzazione del territorio e del paesaggio rurale intesa come processo che lega gli aspetti socio-economici e culturali ad uno sviluppo sostenibile, che dà valore al senso dei luoghi, alle identità locali, alle narrazioni ed ai suoi valori.

storia una posizione rilevante nelle differenti espressioni della vita dell'uomo. Ha assunto valori e significati che vanno oltre l'accostamento utilità/nutrizione, a favore di una dimensione strutturale, simbolica e metaforica che ha favorito i processi di socializzazione ad esso legati, espressione di una ritualità religiosa, ma anche di occasioni maggiormente effimere e più leggere. Non esiste un periodo storico che non abbia in qualche modo interpretato la cultura del vino e non c'è una civiltà che non abbia sviluppato le proprie tecniche per la coltivazione e la lavorazione della vite, nonché della conservazione del vino.

La storia della conservazione del vino, o meglio degli edifici adibiti a questa funzione, le cantine, è strettamente legata a quella del paesaggio rurale, seguendone lo sviluppo e le sue trasformazioni. Le più recenti ricerche (Rossetti 2011) retrodatano sempre di più il ritrovamento delle prime cantine, dopo essere stato rinvenuto in Armenia uno spazio, all'interno di una caverna, dotato di ciotole, torchi, tini e utensili risalente al 6.100 a.C.

Da quella data il vino è uno dei prodotti del lavoro dell'uomo maggiormente celebrato e ha attraversato tutte le esperienze sociali e culturali acquisendo significati che hanno caratterizzato e condizionato la vita degli uomini con una diversità di prospettive, valori e ruoli. L'attenzione, nel tempo, si è anche fortemente focalizzata sulle cantine, attualmente non più solo luogo di trasformazione e conservazione, ma sempre di più luogo inserito nella logica dei processi di valorizzazione e promozione dei paesaggi rurali. La presenza delle cantine e degli spazi riservati alla vinificazione ha sempre costituito un elemento caratteristico dei luoghi produttivi del vino. Costituiva un'antica tradizione nel mondo classico dove Catone, nel suo *De Agricoltura*, prescriveva in ogni fattoria una cella vinaria. In epoca medioevale si avverte invece una differenziazione tra i centri di proprietà signorile dove erano presenti, sebbene molto rare, cantine maggiormente specializzate e piccole proprietà dove la cantina era luogo di conservazione non solo del vino, ma anche della frutta, dei legumi e di altri prodotti alimentari. In molti territori mancavano completamente le cantine e, in realtà, una vera e propria architettura del vino tardava ad affermarsi (Chiorino 2011). Solo con l'avvento del Rinascimento la cultura del vino ha determinato l'affermazione di un'architettura appositamente pensata per la sua produzione e conservazione. Nel 1533 a Bordeaux venne fatta costruire una prima azienda vitivinicola dove si iniziò a commercializzare il vino, etichettandolo con il nome della località di provenienza e del suo produttore: il primo fu Jean de Pontac (Ouvrard e Taplin 2018). Unire il vino al nome del luogo di produzio-

ne portò alla determinazione di un legame diretto tra l'architettura e il territorio, o più precisamente tra lo *château* e il *terroir* da cui aveva avuto origine il vino. Da imponenti edifici fuori terra, soprattutto castelli in Francia, progressivamente si incominciò a costruire in profondità, scoprendo i benefici della conservazione del vino sotto terra. Le innovazioni tecnologiche della rivoluzione industriale, a partire dalla metà del 1800, comportarono un progressivo aumento della qualità e soprattutto della produzione. Gli inizi del Novecento si caratterizzano per la costruzione delle cosiddette "cattedrali del vino", denominazione che si afferma grazie al lavoro di Cesar Martinelli che, negli anni venti del 1900, realizzò in Catalogna delle cantine ispirate alle chiese gotiche medioevali. Inizia ad affermarsi un'architettura del vino che porterà, dopo la seconda metà del 1900, alla costruzione di cantine icona che promuovono l'immagine e il brand delle aziende vitivinicole. Sempre la Francia, ma anche gli Stati Uniti d'America sono i primi territori che determinano una svolta nell'architettura del vino, aprendo ad una nuova fase dove l'immagine, il brand, la comunicazione avvicinano la produzione del vino ad altri settori economici. Inizia a farsi strada una nuova idea delle cantine non più solo luogo di produzione, trasformazione e conservazione del vino, ma parte di un processo di comunicazione che collabora al successo e all'apprezzamento delle aziende vitivinicole. È in questo momento che si assiste progressivamente all'affermarsi nella società di una cultura e conoscenza sempre più estesa del vino e di prime esperienze turistiche legate al vino, legittimate anche dalla presenza dei cosiddetti *foodies*<sup>2</sup> (Barr e Levy 1984). Tale termine è stato utilizzato per la prima volta da Barr e Levy (1984) nel loro testo *The Official Foodie Handbook*, individuando appunto nei *foodies* quelle figure che saranno poi determinanti per lo sviluppo del turismo enogastronomico.

Queste iniziali trasformazioni portano a cambiamenti culturali profondi che si consolideranno negli anni seguenti con l'affermazione delle "cantine d'autore". Negli ultimi venti anni si è assistito alla definizione dei paesaggi del vino e allo svilupparsi dell'enoturismo, definito inizialmente da Johnson (1998) come la visita ai vigneti, alle cantine, alle feste e alle mostre del vino

2 Il *foodie* è definito «a person who is very very very interested in food. Foodies are the ones talking about food in any gathering-salivating over restaurants, recipes, radicchio... They don't think they are being trivial-foodies consider food to be an art, on a level with painting or drama» (Barr e Levy 1984: 6)

con finalità ricreative, soprattutto in riferimento alla capacità che il vino ha assunto nel tempo come espressione dell'identità di un territorio. In questa evoluzione un posto rilevante lo assumono certamente le cantine vitivinicole, manifestazione ora di un'architettura rurale che viene sia rimodernata che rinnovata nelle sue funzioni.

## **2. Caratteristiche architettoniche**

Negli ultimi venti anni molte imprese vitivinicole hanno commissionato la costruzione di nuove cantine o la loro ristrutturazione a celebri architetti; l'aspetto architettonico diventa così un elemento rilevante per il territorio e un segno distintivo ed identitario per la stessa impresa. Architettura e vino hanno da sempre caratterizzato la storia dell'uomo: questo binomio ha acquisito nel tempo un valore e un significato particolare, contraddistinguendo ogni specifico luogo. La riscoperta del paesaggio rurale, rimasto per lungo tempo in secondo piano, rispetto ai temi della pianificazione territoriale, sta comportando il diffondersi di una nuova consapevolezza in merito alla rigenerazione/ristrutturazione degli edifici esistenti e dei sistemi sociali ed insediativi in esso presenti. Il paesaggio nella sua complessità può sintetizzare, rappresentare e comunicare le progettualità locali (Fatichenti 2014), ma soprattutto può attivare processi rifondativi dell'identità e degli stili di vita di ogni luogo attraverso nuovi percorsi di territorializzazione (Battaglini 2016). Gli edifici rurali ed anche le cantine hanno subito profondi cambiamenti e trasformazioni architettoniche con la transizione dall'agricoltura tradizionale alla società industriale. Questi luoghi negli ultimi sessant'anni hanno subito, come la maggior parte degli edifici rurali, evidenti trasformazioni a causa dei cambiamenti strutturali verificatesi nelle aree rurali europee ed italiane, che ne hanno anche modificato la qualità architettonica. Quest'ultima era tradizionalmente basata su una stretta relazione tra valori estetici, funzionalità e semplicità, poi persa da molti edifici rurali nel secondo dopoguerra. La meccanizzazione del settore agricolo, l'evoluzione delle tecniche agricole e il crescente spopolamento della maggior parte delle aree rurali hanno provocato la perdita di tradizioni, di un'eredità storica rilevante e la scomparsa di molti edifici agricoli tradizionali che non erano più funzionali al loro uso originale. Spesso queste strutture sono state sostituite con alcune

più nuove e funzionali, ma prive di qualunque valore estetico, comportando la perdita degli elementi distintivi del patrimonio culturale rurale (Fuentes *et al.* 2010). Una nuova concezione del paesaggio, sancita anche dalla Convenzione europea del paesaggio del 2000, una maggiore attenzione a condizioni di vita sostenibili, al benessere e alla qualità della vita delle società umane hanno orientato lo sviluppo rurale verso progetti di ritorno al territorio o di ri-territorializzazione. In questo contesto riacquista valore il tema degli edifici rurali e della loro integrazione paesaggistica, dove la qualità architettonica da adottare diventa aspetto rilevante per la loro progettazione, ristrutturazione o rigenerazione.

Anche l'architettura delle cantine vitivinicole inizia a modificarsi, esse si riconoscono come espressione di un insieme indivisibile e sinergico dove gli elementi culturali e naturali del paesaggio e le tradizioni sono da considerarsi nei loro rapporti di interrelazione e vengono valorizzati attraverso moderne tecniche di costruzione. Inoltre l'affermarsi di una visione del paesaggio che ha oltrepassato il concetto di panorama per affermare quello di sistema di valori, ha permesso alle cantine vitivinicole di diventare espressione dell'intreccio tra comunità locali, attività e luoghi che ora seguono nuovi percorsi produttivi e nuovi modelli culturali di sviluppo. Le recenti tendenze costruttive o di ristrutturazione delle cantine si stanno rivolgendo sempre di più verso la valorizzazione di un legame tra questi edifici e il territorio, relazione che si rende evidente con un'attenzione all'utilizzo di materiali locali e al contesto paesaggistico in cui la cantina verrà o è inserita, rendendo minimi gli impatti ambientali e sociali. Le cantine più recenti cercano di integrare la propria immagine architettonica con la sostenibilità dell'edificio, in equilibrio con il paesaggio e l'identità del luogo. In questa rinnovata relazione con il paesaggio le cantine vitivinicole diventano luoghi di maggiore espressione delle caratteristiche di un territorio, occupando a pieno titolo la scena della ricerca architettonica.

### **3. Funzioni sociali e trasformazioni**

La stretta relazione tra le cantine vitivinicole e il paesaggio rurale porta prima di tutto ad una riflessione sulle trasformazioni sociali che il processo di modernizzazione e globalizzazione ha comportato nei territori rurali. Il paesag-



gio rurale ha visto riconoscersi nel tempo una funzione sempre più rilevante con l'affermarsi della sua natura di bene collettivo. Esso assume in sé aspetti determinanti per il mantenimento e lo sviluppo del benessere individuale e collettivo delle comunità e della qualità territoriale. Superata la visione puramente estetica del paesaggio, che si basava soprattutto sui temi della bellezza e della unicità, si impone la necessità di un confronto con la complessità e la rilevanza che lo caratterizzano (Balestrieri *et al.* 2018). Il paesaggio rurale, per molto tempo posto in una posizione defilata, viene ora riscoperto non solo per sostenere strategie e modi di sviluppo locale più solidali, durevoli e sostenibili, ma per cercare anche di offrire delle alternative alle politiche neoliberaliste. Si evidenzia diffusamente, come già sostenuto, un ritorno al territorio attraverso un processo di valorizzazione dei beni comuni ambientali, insediativi, paesaggistici, socioculturali, inteso come percorso che rifonda le identità e gli stili di vita di ogni luogo (Magnaghi 2013). Analizzare il paesaggio rurale significa studiare le prospettive di rigenerazione dello spazio, dei sistemi sociali ed insediativi e significa porre attenzione a nuovi processi produttivi e a nuovi modi dell'abitare. Negli ultimi anni il paesaggio rurale ha assunto un ruolo centrale nella pianificazione e programmazione agricola, territoriale e paesaggistica. In particolare la qualità del paesaggio svolge un ruolo strategico nelle politiche agricole dell'UE, in quanto contribuisce a soddisfare le nuove esigenze ed opportunità legate alla multifunzionalità dell'attività agricola e alle sue rinnovate funzioni sociali ed ambientali. Rilevante è anche l'affermarsi della concezione di paesaggio percettivo introdotta dalla Convenzione europea del paesaggio che allontana «l'idea elitaria di matrice esclusivamente estetizzante propria del passato» (Fatichenti 2014: 97)<sup>3</sup>.

Il paesaggio acquista rilevanza per l'identità culturale dei suoi territori che è il risultato delle complesse relazioni tra ambiente e comunità umane nelle loro relazioni quotidiane e nelle pratiche di uso del suolo. Particolare riguardo assume il paesaggio rurale, in quanto depositario di tradizioni, narrazioni, esperienze, memoria storica e sociale, e sempre più luogo di intrattenimento, di attività ricreative, seconde case e luogo alternativo e contrapposto alle aree residenziali urbane. Queste visioni sono conseguenza delle più recenti ridefini-

3 La Convenzione testualmente stabilisce «landscape means an area, as perceived by people, whose character is the result of the action and interaction of natural and/or human factors».

zioni dell'identità rurale locale e riflettono un interesse culturale nella ruralità che stimola nuove pratiche e richieste sociali (Bessièrè 1998, Shen *et al.* 2019) che possono portare anche ad una nuova competizione di ruralità (Li e Zhang 2015). Il paesaggio rurale subisce così un'intensa ristrutturazione sociale ed economica e si assiste nei territori ad una transizione dal produttivismo al post-produttivismo. L'influenza del post-produttivismo, soprattutto nelle aree rurali ed agricole ha determinato numerosi cambiamenti con una maggiore attenzione alla relazione agricoltura-ambiente-patrimonio e consumatori (Buller e Hoggart 2017).

Il paesaggio rurale è al centro di un evidente cambiamento sociale, così anche gli edifici rurali in esso presenti e di conseguenza le cantine vitivinicole, che vede queste aree diventare "paesaggi di consumo" anziché unicamente "paesaggi di produzione" (Cloke 2006). Questi luoghi, grazie anche all'affermazione di un'economia dei servizi, si connotano per essere sempre più residenziali e ricreativi. Le aree rurali diventano maggiormente attraenti e riposizionano la ruralità all'interno della società nel suo complesso (Van der Ploeg e Marsden 2008). Tale mutamento è il risultato di una numerosità di processi socio-culturali, quali la crescente mobilità ed integrazione di beni, servizi, persone e conoscenze tra le diverse aree territoriali, comprese quelle rurali ed urbane, ed anche uno stile di vita più sano, riconducibile ad una nuova visione di benessere sia individuale che collettivo (de Salvo e Calzati 2016). In questo contesto all'interno delle aree rurali si sviluppano esperienze di agricoltura multifunzionale che nel tempo hanno acquisito particolare rilevanza, diventando una nuova priorità per lo sviluppo locale. Nell'ultimo decennio infatti numerosi studi hanno evidenziato la relazione dell'agricoltura con l'ambiente, con altri settori dell'economia e con la società. Le diverse riforme della PAC (Politica Agricola Comune) hanno progressivamente ampliato le politiche di sviluppo rurale (de Salvo e Calzati 2016), da semplice sostegno ad una valorizzazione delle pratiche agricole, ad una maggiore attenzione e contributi finanziari finalizzati a qualificare, tutelare, e rivitalizzare l'ambiente e lo spazio rurale, per un miglioramento della qualità della vita nelle aree stesse e per una diversificazione dell'economia rurale.

Aumenta così l'interesse e l'attenzione per un nuovo ritorno al territorio valorizzandone la sua polifunzionalità: l'OCSE nel 1998 nel definire il concetto di multifunzionalità riferito all'attività agricola sostiene che essa «oltre a produrre alimenti e fibre (sani e di qualità), può modificare il paesaggio, contribu-

ire alla gestione sostenibile delle risorse, alla preservazione della biodiversità, a mantenere la vitalità economica e sociale delle aree rurali» (OECD 1998). Da questa definizione in avanti, la multifunzionalità rappresenta la capacità dell'agricoltura di rispondere alle rinnovate esigenze/bisogni della società odierna e dei consumatori. Infatti la multifunzionalità considera l'agricoltura come settore capace di produrre non solo beni tradizionali, ma anche beni "altri" quali: beni pubblici (paesaggio, biodiversità ecc.) (Potter e Tilzey 2005), beni privati per mercati no food (turismo, didattica, servizi sociali e terapeutici ecc.) (Renting *et al.* 2009) e prodotti tipici di alta qualità, creando nuove dinamiche di carattere economico e sociale. La struttura sociale ed economica delle aree rurali si sta modificando in seguito allo sviluppo di nuove attività e, come si è appena evidenziato, alla produzione di nuovi beni e prodotti. Lo scenario fino a qui rappresentato ha portato alla costruzione ed affermazione dei paesaggi e percorsi del vino e ad una nuova attenzione alla produzione vinicola e ai suoi edifici destinati sempre di più ad assumere significati simbolico-culturali legati anche alla dimensione del *loisir*.

L'affermazione del post-produttivismo nelle aree rurali coinvolge particolarmente la produzione vinicola e in particolare modo le cantine, la cui funzione si sta evidentemente allontanando da quella primaria di produzione e conservazione. Il paesaggio dei vigneti è stato spesso associato sia alle pratiche viticole che all'ambiente in cui si sono sviluppate, assumendo nel tempo un valore storico rilevante in quanto espressione dei cambiamenti e delle pratiche culturali che si sono susseguiti nei secoli e che trovano evidente manifestazione nelle cantine. Cantine e vino sono strettamente legati, l'evoluzione della viticoltura ha comportato necessariamente lo sviluppo e la trasformazione delle cantine. Prima grotte naturali e ipogee, cantine sotterranee di edifici rurali, castelli, cantine industriali, oggi le cantine sono edifici che rispondono non solo alle esigenze di funzionalità della produzione del vino, ma alla dimensione estetica, alla ricerca e raffinatezza architettonica, ai materiali utilizzati. La cultura del vino è fortemente legata al suo territorio e ne sta diventando la principale responsabile delle sue profonde trasformazioni.

Nel rinnovato contesto economico-sociale, precedentemente descritto, l'evoluzione e trasformazione delle funzioni delle cantine vitivinicole verso aspetti maggiormente legati all'accoglienza e all'intrattenimento, con la presenza anche di edifici legati ad usi diversificati, potrebbe però dare luogo alla creazione di situazioni ibride dove tradizione, produzione industriale,

proposte turistiche si mescolano solo in risposta a ragioni puramente commerciali. Così, anche un'esperienza fortemente legata al rapporto con il suo territorio, potrebbe produrre effetti contrastanti: da occasione di sviluppo economico, culturale, sociale e turistico potrebbe scivolare in situazioni di impoverimento territoriale e culturale, dove la ruralità ha poco spazio per essere vissuta quotidianamente, dando prevalenza soprattutto ad esigenze di marketing e di comunicazione. L'economia del vino e le rinnovate funzioni delle cantine possono invece costituire un importante occasione di sviluppo e rivitalizzazione dei paesaggi rurali, nonché di recupero di processi di degrado e abbandono territoriale. Non si può pensare alle cantine vitivinicole come semplici annessi funzionali alla produzione e conservazione del vino né, in virtù delle sue rinnovate funzioni, considerarli unicamente edifici per l'intrattenimento e il tempo libero. Nell'epoca del post-produttivismo, dove l'agricoltura è integrata nelle strategie per il perseguimento di obiettivi economici e ambientali, legati alla ruralità, la cantina vitivinicola diventa espressione di una trasformazione profonda del paesaggio rurale che rivolge lo sguardo non solo sull'edificio e le sue rinnovate funzioni ma, partendo dall'edificio, sull'intero contesto territoriale. Sebbene quindi le cantine si configurano sempre di più come luoghi autentici (Mitchell e Hall 2006) e strutture di pregio che offrono prodotti e servizi di qualità nella ricerca del rispetto delle tradizioni, esse diventano sempre di più il fulcro del rinnovato rapporto tra valorizzazione del paesaggio rurale e lo sviluppo turistico/territoriale.

L'importanza del vino nella cultura italiana ha portato alla realizzazione di numerose iniziative di promozione e valorizzazione come la costituzione, spesso all'interno delle stesse cantine, di musei del vino, la realizzazione di strade del vino e di eventi come Cantine Aperte, manifestazione che apre le cantine ai turisti e agli appassionati del vino. Con particolare riferimento alle strade del vino, reti territoriali che creano legami che uniscono il territorio alle sue produzioni, le cantine vitivinicole ne diventano nodi strategici per il loro sviluppo. Le strade sono quindi un sistema di rete di cantine, imprese della ricettività e della ristorazione che operano all'interno di un preciso contesto territoriale, con l'appoggio delle istituzioni pubbliche, espressione di una maturazione efficace delle relazioni fondate sull'identità e l'appartenza territoriale. Le Strade del vino diventano una forma di negoziazione tra le differenti attività di valorizzazione delle diverse risorse territoriali, rea-

lizzate sia dai produttori del vino che dalle istituzioni, che presentano come elemento comune l'integrazione dell'offerta del vino con quella del territorio nel suo complesso. Le tendenze più attuali nella società contemporanea sono certamente le trasformazioni delle attività rurali e in particolare di quelle agricole, cambiamenti dovuti ai rinnovati e maggiormente articolati bisogni sociali che generano più ampie possibilità da una parte per la formulazione e definizione di politiche paesaggistiche e dall'altra per l'attuazione di innovative e funzionali soluzioni architettoniche per gli edifici rurali in esse presenti.

#### 4. Operatori e fruitori

L'Italia da sempre è uno dei principali attori del settore vitivinicolo mondiale, confermando la propria leadership produttiva. Dati Ismea 2019 indicano in 13 mld di euro il fatturato complessivo, 310 mila imprese viticole e 46 mila aziende vinificatrici. Il settore vinicolo italiano vanta un aumento della produzione del 29% in più rispetto al 2017 con 55 mln di hl di vino prodotti nel 2018 e presenta un'offerta di elevata qualità con 526 riconoscimenti DOP e IGP, 74 Docg, 334 Doc e 118 Igt.

L'espansione del mercato del vino oggi non risponde solo ad indicazioni economiche, ma si inserisce in un *framework* che ha intensificato l'interesse per il vino, valorizzandone la dimensione simbolica e le potenzialità socio-economiche che la sua promozione ha per le comunità locali. Le preferenze alimentari e quindi anche il consumo del vino rispecchiano sempre di più precise scelte politiche e comportamentali orientate ai temi della qualità e della sostenibilità ambientale. Il vino, i vitigni e le cantine sono parte della cultura di un territorio e delle tradizioni di un luogo che contribuiscono ad una dinamica conservazione del paesaggio. Il vino, espressione anche del lavoro, del sapere e dell'ingegno dell'uomo, diventa prodotto del territorio, ma anche elemento di attrattività turistica. La letteratura negli ultimi anni ha evidenziato come i prodotti locali, e quindi anche il vino, sono ritenuti non solo una forma del capitale territoriale locale ma anche culturale e possono contribuire al benessere socio-economico delle aree rurali (Forney e Häberli 2016, Treager 2011).

L'attenzione per il vino e per gli edifici legati alla sua produzione e conservazione e il crescente interesse per il mondo rurale ha contribuito all'affermazione e sviluppo di un turismo rurale legato al mondo del vino. L'attrazione per il paesaggio rurale come destinazione turistica risiede proprio in quello che è stato definito il senso della ruralità e l'affermarsi di un'attività agricola multifunzionale che conferisce anche alle cantine ruoli innovativi in grado di svolgere funzioni di presidi territoriali, di offrire servizi, di valorizzare le risorse diventando testimonianza di patrimoni materiale ed immateriale. Il vino e la cantina che lo conserva sono a tutti gli effetti un bene culturale che non appartiene al singolo produttore, al commerciante ma a tutta la comunità che ritrova in essi gli elementi rilevanti della propria storia. Cantine e vino si uniscono al concetto di *terroir*, ovvero alle stratificazioni delle relazioni sociali, delle competenze tecniche, sociali e culturali di tutta la comunità contribuendo tra l'altro al miglioramento dell'esperienza turistica locale. L'interesse verso il vino, ma sempre di più anche verso le cantine, ha acquisito una rilevanza sempre maggiore tra le motivazioni turistiche grazie anche all'affermazione di un'offerta turistica di esperienze complesse, fondate su risorse territoriali capaci di coinvolgere e stimolare la componente sensoriale ed esperienziale del consumo turistico. Si afferma un turismo enogastronomico, ovvero di un movimento di turisti che, mentre si spostano, comprano e consumano vino e cibo locale, osservano e partecipano ai processi di produzione, degustano e visitano cantine considerando queste attività come la principale motivazione allo spostamento o almeno come una tra le attività più importanti che caratterizzano il viaggio (Ignatov e Smith 2006).

I paesaggi rurali e loro risorse diventano attrattori turistici: i turisti sono attirati non solo dalla qualità e dalle caratteristiche di questi luoghi, come lo spazio aperto, la pace o la tranquillità, ma anche da ciò che questi luoghi rappresentano. Già il Grand Tour romantico dei primi anni dell'Ottocento iniziò ad esaltare la campagna come luogo di ricreazione e svago, affermandolo in antitesi alla società moderna principalmente urbana. Questa crescente attenzione alla dimensione estetica e culturale ha trasformato il paesaggio rurale da luogo desolato e culturalmente vuoto in luogo desiderabile e culturalmente interessante. In questo senso i fruitori delle cantine, soprattutto turisti o cultori del vino, sempre più interessati a risorse e patrimoni che forniscono loro emozioni, autenticità, conoscenza e che gli permettano di contribuire ad uno sviluppo sostenibile del territorio e delle comunità che visitano (Millán *et al.*

2014). Il turista si avvicina al mondo del vino, della sua produzione e conservazione in una relazione che nel tempo si è perfezionata (Richards 2015): da semplici esperienze (degustazioni, visite alle cantine) organizzate dai produttori per i consumatori, si affermano le prime attività di co-creazione di attività e i consumatori/turisti acquistano un ruolo importante. Di conseguenza le cantine non vendono semplicemente esperienze, ma forniscono delle possibilità di conoscenza iniziali che i consumatori/turisti possono utilizzare per rendere uniche le proprie esperienze di visita (Walls 2013).

La crescente numerosità di turisti del vino ha comportato un adattamento delle destinazioni alle rinnovate esigenze. I paesaggi rurali si stanno trasformando in *foodscape* ovvero in luoghi che valorizzano e creano spazi dedicati a soddisfare i bisogni dei cultori del cibo e del vino e ultimamente anche dell'olio. I turisti sono attratti dai *foodscape* e dagli edifici rurali loro espressione come le cantine, edifici, come più volte ripetuto, sempre più strettamente connessi al paesaggio, alla campagna e alla natura. Si crea un unico legame tra vino, cantine, paesaggi e culture che stimola una partecipazione attiva dei consumatori/turisti alle attività dei produttori: i turisti acquistano il vino, partecipano a degustazioni, alla raccolta dell'uva, determinando in tal modo un contatto diretto tra chi crea e chi consuma esperienze legate al vino. Le cantine vitivinicole diventano così luoghi interessati da nuove dinamiche economiche, sociali e turistiche che soddisfano i nuovi bisogni dei consumatori/turisti sempre più interessati alla fruizione e consumo di vino nei territori e nei luoghi di produzione, per entrare nella cultura dei luoghi e vivere le esperienze di consumo come momenti di arricchimento culturale e sociale (Calzati e de Salvo 2017).

Il vino, in altri termini, diviene punto di unione tra l'autenticità di un territorio e il turista, sempre più desideroso di proposte genuine, partecipative e strettamente collegate alle specificità del territorio che visita. In questo contesto il turismo enogastronomico è un segmento in aumento e tra i più dinamici nel settore turistico. La componente enogastronomica ha acquisito un'importanza rilevante, secondo la *World Food Travel Association* il 93% dei turisti *leisure* ha scelto di partecipare a esperienze a tema enogastronomico rilevanti nel corso delle sue vacanze e il 49% ha indicato il cibo e il vino come motivazione prevalente di almeno un proprio viaggio negli ultimi due anni (Garibaldi 2018).

## 5. Casi di studio

Negli ultimi anni si è assistito alla costruzione e all'affermazione di paesaggi ed itinerari del vino soprattutto per la capacità che il vino stesso ha di rappresentare il suo territorio di produzione. Si è evidenziato come un ruolo importante in questo scenario sia stato affidato alle cantine vitivinicole che, ristrutturate, rimodernate o costruite ex novo, si qualificano per essere edifici con funzioni rinnovate rispetto alla produzione e conservazione, capaci però di creare un *unicuum* culturale con le tradizioni e l'identità dei luoghi ove esse insistono.

Negli ultimi venti anni le imprese vitivinicole hanno affidato la costruzione o la ristrutturazione di cantine ad architetti famosi, investendo nell'elemento estetico, conferendo a questi edifici spesso un aspetto glamour; le cantine diventano così biglietto da visita dei territori, rappresentano l'immagine aziendale dell'impresa, l'emozione più importante da ricordare dopo una visita. L'affermazione di cantine d'autore si sviluppa a livello mondiale, sebbene in Europa ne sono presenti un numero molto più elevato (Faticenti 2014). Quello delle cantine d'autore è un fenomeno di portata globale che ha creato anche numerosi neologismi: eno-meraviglie, cattedrali del vino, eno-nauti, ecc... La creatività architettonica delle cantine ha reso evidente una necessità di sperimentazione da parte del settore enologico. Da Renzo Piano a Calatrava, Gae Aulenti, Arnaldo Pomodoro, Gehry, le cantine sono sempre di più destinazioni turistiche, luoghi di visita e vacanza. Le cantine diventano capolavori dell'opera e dell'ingegno dell'uomo in ambientazioni bellissime. L'unione tra vino e architettura è sempre più stretta, al punto che l'enoturismo all'interno di cantine d'autore è una delle pratiche turistiche maggiormente in espansione. Tra le cantine d'autore più note all'estero vale ricordare: le Cantine Marqués de Riscal realizzate da Gehry e la Bodegas Ysios di Calatrava in Spagna, lo Château Lafitte-Rothschild di Ricardo Bofill e lo Château La Coste Gallery di Renzo Piano in Francia, And Vineyard in Portogallo e Cantine WaterKloof in Sudafrica.





*Figura 1. Cantina Petra, Suvereto (Li) (fonte: archivio fotografico Cantina Petra)*

Il fenomeno delle cantine d'autore ha coinvolto molte cantine vitivinicole italiane. In Italia le cantine sono una presenza fisica caratteristica e diffusa nel territorio e particolarmente legata ad una consolidata tradizione vitivinicola. Sono luoghi che hanno visto modificare il proprio ruolo, da edificio essenzialmente funzionale ad attrazione turistica caratterizzata da nuove e talvolta audaci espressioni architettoniche perfettamente integrate con il paesaggio. Il lavoro di architetti di fama mondiale ha trasformato la relazione estetica tra spazio di produzione e conservazione e prodotto lavorato, sperimentando modalità costruttive innovative nel settore della riduzione dei consumi energetici



*Figura 2. Cantina Tramin, Termenon (Bz) (fonte: archivio fotografico Cantina Tramin)*

e nell'utilizzo dei materiali. Dal nord al sud Italia il fenomeno delle cantine d'autore ha coinvolto numerose imprese vitivinicole di cui si citano alcuni esempi tra i più noti e visitati: la cantina avveniristica Petra del gruppo Terra Moretti a Suvereto firmata da Mario Botta, la nuova cantina Antinori nel Chianti Classico ideata da Marco Casamonti, La Tenuta Rocca di Frassinello

in Maremma opera di Renzo Piano, Gae Aulenti firmò il progetto della Tenuta di Campo di Sasso a Livorno, le Cantine Scavia a Caserta di Davide Vargas e Luciano Palmiero, la cantina Tramin di Werner Tscholl a Bolzano, l'Astemia Pentita a Barolo di Gianni Arnaudo e la Tenuta Castelbuono-Carapace in Umbria opera di Arnaldo Pomodoro.



Figura 3. Cantina Scavia, Liberi (CE) (fonte: archivio fotografico Cantina Scavia)

Tra le tante, in questa sede, si presenterà una breve descrizione del progetto della cantina l'Astemia Pentita progettata da Gianni Arnaudo, mentre il design degli spazi interni è stato immaginato e disegnato dalla proprietaria ed imprenditrice Sandra Vezza. L'Astemia Pentita «sorge dove il crinale dei Cannubi tra i cru più pregiati della zona, inizia a salire verso il villaggio di Barolo» (si veda: [www.astemiapentita.it](http://www.astemiapentita.it)) e la sua architettura presenta un'estetica di rottura e controcorrente. La cantina si contraddistingue per un'estetica chiaramente pop appoggiata come una scultura sulla collina tra i filari dei vigneti. La cantina è costituita da due grandi volumi sovrapposti, che evocano le forme di due casse di vino fuori scala ed ospitano il *wine shop* al piano terra e la sala degustazioni e ricevimento clienti al primo piano. Come è emerso dal materiale documentale messo a disposizione dalla cantina, particolare attenzione è stata rivolta agli spazi interni. Sandra Vezza fin da subito ha desiderato una cantina innovativa ed originale, la cui architettura fosse unica e rispecchiasse l'ambiente circostante. Gli interni



*Figura 4. Cantina L'Astemia Pentita esterno Barolo (Cn)  
(fonte Archivio fotografico Cantina L'Astemia Pentita)*

proteggesse la cantina che risulta circondata solo da filari di vite, proprio per sottolineare la sua appartenenza al paesaggio; gli stessi cancelli di ingresso alla cantina, Sandra Vezza li ha voluti disegnare in modo che si integrassero al paesaggio come filari.

presentano una grande cura dei particolari, dalle decorazioni delle pareti, ai soffitti, alla pavimentazione, ai singoli arredi, di cui alcuni progettati dalla stessa imprenditrice. Lei stessa ha voluto creare un ambiente in cui il pubblico potesse vivere «un'atmosfera da favola in cui sognare». Non ha voluto inoltre nessuna recinzione che



*Figura 5. Cantina L'Astemia Pentita interno Barolo (Cn)  
(fonte Archivio fotografico Cantina L'Astemia Pentita)*

## Bibliografia

- Balestrieri M., Cicalò E. e Ganciu A. (a cura di) (2018), *Paesaggi rurali: Prospettive di ricerca*, Milano, Franco Angeli.
- Barr A. e Levy P. (1984), *The Official Foodie Handbook*, Oxford, Timbre Books.
- Battaglini E. (2016), “Resilienza come esito stabile o processo di territorializzazione?: uno studio di caso in Serbia”, *Sociologia urbana e rurale*, 38 (111), pp. 135-15.
- Bessière J. (1998), “Local development and heritage: traditional food and cuisines as tourist attractions in rural areas”, *Sociologia ruralis*, 38 (1), pp. 21-34.
- Buller H. e Hoggart K. (2017), *Agricultural Transformation, Food and Environment: Perspectives on European Rural Policy and Planning*, 1, London, Routledge
- Calzati V. e de Salvo P. (2017), *Il ruolo degli eventi gastronomici nella promozione e valorizzazione dei territori rurali. Il caso di Frantoi aperti in Umbria*, Milano, Franco Angeli.
- Chiorino F. (2011), *Cantine secolo XXI: architetture e paesaggi del vino*, Roma, Electa.
- Cloke P. (2006), “Conceptualizing rurality”, in Cloke P., Marsden T. e Mooney P., (a cura di), *Handbook of Rural Studies*, London, Sage Publication, pp.18-28.
- Dematteis G. e Magnaghi A. (2018), “Patrimonio territoriale e corralità produttiva: nuove frontiere per i sistemi economici locali”, *Scienze del territorio*, 6, pp. 12-25.
- de Salvo P. e Calzati V. (2016), “Agricoltura sociale e detenzione: l’esperienza della Cooperativa 153 nella casa circondariale Capanne di Perugia”, *Sociologia Urbana e Rurale*, 109, pp. 129-146.
- Forney J. e Häberli I. (2016), “Introducing ‘Seeds of Change’ into the Food System? Localisation Strategies in the Swiss Dairy Industry”, *Sociologia Ruralis*, 56 (2), pp. 135-156.
- Faticenti F. (2014), “Il paesaggio culturale delle nuove cantine”. Atti del Convegno Dialogo intorno al Paesaggio. *Culture Territori Linguaggi*, 4 (2), pp. 95-117.
- Fuentes J.M., Gallegob E., García A. I. e Ayuga F. (2010), “New uses for old traditional farm buildings: The case of the underground wine cellars in Spain”, *Land Use Policy*, 27, pp. 38-748.
- Garibaldi R. (2018), *Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2018*, Bergamo Centro Editoriale Librario Studium Bergomense.
- Ignatov E. e Smith S. (2006), “Segmenting Canadian Culinary Tourists”, *Current Issues in Tourism*, pp. 237-238.
- Johnson G. (1998), *Wine tourism in New Zealand-A national Survey of Wineries*. University of Otago, unpublished thesis.
- Li H. e Zhang X. (2015), “A review and trend on rurality”, *Human Geography*, 30 (1), pp. 16-20.

- Magnaghi A. (2013), "Riterritorializzare il mondo", *Scienze del territorio*, 1, pp. 47-58.
- Millán G., Arjona J. e Amador L. (2014), "A New Market Segment for Olive Oil: Olive Oil Tourism in the South of Spain", *Agricultural Sciences*, 5 (3), pp.179-185.
- Mitchell R. e Hall C. M. (2006), "Wine tourism research: the state of play", *Tourism Review International*, 9 (4), pp. 307-332.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), (1998), *The Environmental Effects of Reforming Agricultural Policies*, Paris
- Ouvrard S. e Taplin I. M. (2018), "Trading in fine wine: Institutionalized efficiency in the Place de Bordeaux system", *Global Business and Organizational Excellence*, 37 (5), pp.14-20.
- Potter C. e Tilzey M. (2005), "Agricultural policy discourses in the European post-Fordist transition: neo-liberalism, neo-mercantilism and multi-functionality", *Progress, Human Geography*, 29 (5), pp. 581-600.
- Renting H., Rossing W. H. A., Groot J.C. J., Van der Ploeg J.D., Laurent C., Perraud D., Stobbelaar D.J e Van Ittersum, M. K. (2009), "Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework", *Journal of Environmental Management*, 90, pp. 112-123.
- Richards G. (2015), "Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foodscapes", *Journal of Gastronomy and Tourism*. 1 (1), pp.5-17.
- Rossetti M. (2011), *Cantine: tecnologia, architetture, sostenibilità*, Bologna, Maggioli editore.
- Shen S., Wang H., Quan Q. e Xu J. (2019), "Rurality and rural tourism development in China", *Tourism Management Perspectives*, 30, pp. 98-106.
- Treager A. (2011), "Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda", *Journal of Rural Studies*, 27 (4), pp. 419-430.
- Van der Ploeg J. D. e Marsden T. (2008), *Unfolding webs: the dynamics of regional rural development*, Assen, Royal van Gorcum.
- Walls A. R. (2013), "A cross-sectional examination of hotel consumer experience and relative effects on consumer values", *International Journal of Hospitality Management*, 32, pp. 179-192.

# C Il carcere tra centro e periferia

di Carla Lunghi<sup>1</sup>

Le carceri, simbolo per eccellenza dell'esecuzione della pena come soppressione e limitazione della libertà individuale, sono una presenza così costante nel panorama urbanistico tanto da occultare i loro recenti natali. Le prigioni nascono come istituzioni detentive solo sul finire del Settecento con il preciso obiettivo di garantire l'ordine sociale sconvolto dai molteplici cambiamenti indotti dalla rivoluzione industriale e dalle rivoluzioni americana e francese. Dal punto di vista architettonico la struttura che meglio incarna questa volontà disciplinare è il *Panopticon* di Bentham (1791), opera che ha ispirato molta parte del patrimonio carcerario italiano, spesso ubicato nel cuore della città come un'anomala zona periferica. Nell'ultima parte si esaminerà il caso di San Vittore a Milano, di cui si ripercorreranno gli avvenimenti più importanti, l'avvicinarsi delle diverse popolazioni ivi detenute, il ruolo svolto in eventi cruciali della storia locale e nazionale.

*Prisons, the symbol of the execution of punishment as suppression and limitation of individual freedom, are such a constant presence in the urban landscape that they hide their recent origins. Prisons are born as custodial institutions only at the end of the 18th century with the precise goal to guarantee the social order upset by the multiple changes induced by the industrial revolution and by the American and French revolutions. From the architectural point of view, the structure that best embodies this disciplinary will is the Panopticon of Bentham (1791), a book that has inspired much of the Italian prison heritage, often located in the heart of the city as an anomalous peripheral area. At the end of this lemma, we will examine the case of San Vittore in Milan, of which the most important events will be retraced, the succession of the different populations held there, the role played in local and national history.*

1 Professore associato di Sociologia dei processi culturali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Si occupa di processi culturali, di moda, di consumo, di industrie creative, di carcere e immigrazione. Tra i suoi libri: *Culture creole. Imprenditrici straniere a Milano* (Milano 2003); *La moda della responsabilità* (con E. Montagnini, Milano 2007); *Creative evasioni. Manifatture di moda in carcere* (Milano 2012); *Resistere. Innovazione e vita quotidiana* (con L. Bovone, a cura di, Roma 2017).

## 1. Definizione e storia

Le carceri, simbolo per eccellenza dell'esecuzione della pena come soppressione o limitazione della libertà individuale, sono una presenza così costante nel panorama urbanistico tanto da occultare i loro recenti natali. Le prigioni nascono come istituzioni detentive solo sul finire del Settecento anche se tuttavia possono essere considerate come l'esito di un lungo percorso storico, che dalla seconda metà del Quattrocento impatta soprattutto le città europee. È da quel momento, infatti, che iniziano a registrarsi forti incrementi demografici, una progressiva (ma inesorabile) urbanizzazione della popolazione e una diversa organizzazione del lavoro e della produzione, a loro volta «legate in maniera inestricabile con il prodursi di nuove forme di povertà e vagabondaggio e di criminalità e repressione» (Molteni 2010: 59). Sono in particolare i poveri a rappresentare una nuova minaccia e «contro di loro furono messe all'opera strategie dapprima di espulsione e poi di immunizzazione. [...] Sorsero nuove o rinnovate istituzioni pubbliche che finirono per servire le strategie di occultamento e reclusione delle manifestazioni più scandalose della povertà dilagante. La criminalità assunse carattere di classe e [...] di pari passo anche la pena seguì la stessa strada» (*Ibid.*: 59).

Nel '600 l'internamento e la reclusione (sia pur con modalità e tempistiche diverse rispetto a quelle moderne) iniziano a diffondersi in tutta Europa come risposta a queste problematiche: in Inghilterra vengono fondate le prime *houses of correction* (che evolveranno in *workhouses*) per controllare i vagabondi, punire ed educare i ladri e i piccoli criminali; contemporaneamente in Germania nascono le case di correzione, le *Zuchthäuser*; in Francia, a Lione e a Parigi, nascono gli *Hôpital général* per i poveri. Anche l'Italia, sia pur in ritardo di qualche lustro, si adegua a queste soluzioni vedendo «il sorgere di questi nuovi istituti, destinati a eliminare la mendicizia, a scoraggiare il vagabondaggio e a garantire l'ordine» accompagnati a ordinanze di altro tipo «che avevano come obiettivo la buona amministrazione delle città e la cura della sua "decenza": la numerazione delle case, la posa dell'illuminazione stradale, la cura degli spazi pubblici» (*Ibid.*: 62). In tutte queste esperienze, tuttavia, gestite spesso con modalità informali e domestiche, la prigione non «costituiva di per sé stessa una forma della pena ma piuttosto una risposta a esigenze giudiziarie o di difesa sociale. Il tempo della reclusione è un tempo sospeso, da impiegarsi senza alcuna finalità specifica, se non quella della mera custodia dell'internato»

(Vianello 2012: 12). A questa totalizzante funzione di ordine pubblico si rifa una delle teorie più affascinanti sull'origine del penitenziario, quella del "grande internamento", su cui convergono, fra gli altri, Foucault nella sua *Storia della follia* (1963) e Ignatieff ne *Le origini del penitenziario* (1982).

Una situazione, dunque, molto lontana dall'organizzazione rigida e burocratica di oggi, a volte palesemente inefficace, e che tuttavia si afferma progressivamente nel tempo come la modalità sanzionatoria più comune. Il successo del carcere in epoca moderna si deve, dunque, non solo al fatto di essere «una risposta al crimine ma soprattutto come la via d'uscita alla crisi sociale di un'intera epoca, come parte di una più ampia strategia di riforme politiche, sociali e legali intese a risaldare su nuove basi l'ordine sociale» (Ignatieff 1982: 134-135).

L'invenzione del penitenziario e la sua capillare diffusione sono, dunque, il frutto di importanti trasformazioni economiche, politiche e sociali legate a doppio filo alla rivoluzione industriale e alle riflessioni sul senso dello Stato e delle libertà individuali innescate dalle due rivoluzioni politiche di fine '700, quella americana e quella francese (Barbagli *et al.* 2003).

Sottolineando in particolare i cambiamenti economici, Rusche e Kirchheimer (1978) collegano l'andamento del mercato del lavoro alle diverse forme di politica penale e penitenziaria: infatti, nei momenti di sovrabbondanza delle occupazioni lavorative, il carcere diviene un luogo di produzione in grado di calmierare il potere della forza lavoro esterna; al contrario, quando il lavoro scarseggia, è un deterrente per i disoccupati (attratti dal crimine come unica forma di sussistenza) perché offre condizioni di vita peggiori di qualunque occupazione esterna (o teoria della *less eligibility*: Mosconi 1982, Sbraccia 2007). Le prigionie moderne, sovraffollate, afflittive, esclusivamente contenitive dovrebbero, dunque, più che mettere direttamente al lavoro, "produrre" lavoratori disciplinati, perfettamente allineati con l'ideologia della classe borghese dominante (Melossi e Pavarini 1977). Da qui il diffondersi di istituti penali in cui i ristretti sono dediti ad attività palesemente improduttive ma con il chiaro obiettivo di trasferire l'etica (e la fatica del lavoro) così cara alla borghesia.

Altri studiosi, pur riconoscendo la centralità degli interessi materiali ed economici e delle relazioni di classe, leggono il successo della pena detentiva non esclusivamente come l'effetto di una «razionalità cospiratoria di una classe dominante» (Ignatieff 2004: 260) ma come l'esito dell'esercizio di un potere



più ampio come ha efficacemente dimostrato Foucault in *Sorvegliare e punire* (1976).

L'utilità del carcere, infatti, non risiederebbe tanto nella gestione della delinquenza quanto piuttosto nel disciplinamento dell'intero corpo sociale nella misura in cui, fin dalle sue origini, contribuisce attivamente alla riproduzione di quella devianza che solo apparentemente dovrebbe contrastare. La produzione della delinquenza è infatti essenziale per una serie di motivi: consente la separazione fra politica e criminalità, la distinzione fra classi lavoratrici e poveri meritori (di assistenza perché inabili al lavoro) e non meritori (in quanto disoccupati), la garanzia del rispetto delle leggi e, soprattutto, della proprietà privata. La prigionia allora si afferma come la pena per eccellenza perché «introduce procedure di dominio caratteristiche di un tipo particolare di potere. Una giustizia che si afferma “uguale”, un apparato giudiziario che si vuole “autonomo” ma che è investito dalle dissimmetrie degli assoggettamenti disciplinari» (Foucault 1976: 252). Lo studioso francese, inoltre, punta il dito anche contro un altro tratto “opaco” dell'istituzione: la sua presunta evidenza, nonostante i suoi inconvenienti e la sua reiterata perniciosità. Infatti «nei primi anni del secolo XIX si avrà ancora coscienza della sua novità; tuttavia essa appare talmente legata, e in profondità, col funzionamento stesso della società, da respingere nell'oblio tutte le altre punizioni che i riformatori del secolo XVIII avevano immaginato. Sembrò senza alternativa e portata dal moto stesso della storia» (*Ibid.*: 252). Tale evidenza si fonda sul fatto che rende possibile un castigo “egualitario” in quanto privazione di un bene che appartiene a tutti (la libertà) modulato secondo un criterio oggettivo (il tempo) che «monetizza i castighi in giorni, mesi, anni e che stabilisce equivalenze quantitative delitti-durata» (*Ibid.*: 253). Tuttavia, la privazione della libertà ha avuto, fin da subito, una chiara finalità di modificazione della persona, non dissimile da altri meccanismi disciplinari presenti nella società come le caserme, le scuole, le fabbriche.

Si fa dunque strada una nuova rappresentazione dell'individuo e dello Stato: quest'ultimo diviene protettore del benessere dei civili e garante dell'ordine «attraverso attività di “polizia” ossia di controllo razionale della popolazione» (Molteni 2010: 62). Emergono anche nuovi cittadini, sottoposti al controllo e soggetti al principio della responsabilità individuale» (*Ibid.*: 62). È proprio in tale contesto che «si compì l'invenzione del penitenziario e che il carcere divenne luogo e misura per eccellenza dell'espiazione della pena» (*Ibid.*: 62).

## 2. Caratteristiche architettoniche

Dal punto di vista architettonico, la struttura che meglio incarna questa volontà disciplinare è il *Panopticon* di Bentham (1791), opera che ha ispirato molta parte del patrimonio carcerario italiano – da San Vittore (Milano) a Marassi (Genova), da Regina Coeli (Roma) all'Ucciardone (Palermo) – spesso ubicato nel cuore della città come un'anomala zona periferica in cui qui, più che altrove, lo spazio rimanda alla sua connotazione sociale e segnala una chiara asimmetria di relazioni di potere.

Nel *Panopticon* o la Casa d'Ispezione viene teorizzata una forma di reclusione basata su un sistema di sorveglianza in cui un unico guardiano, seduto in una torretta al centro di un grande spazio su cui si affacciavano le celle, ha la visione completa (*opticon*) di tutti (*pan*) i prigionieri.

Foucault (1976: 219), interpreta tale architettura come la metafora della modernità, in cui la sorveglianza e la visibilità sono le modalità più efficaci del controllo sociale e del potere: «effetto principale del *Panopticon*: indurre nel detenuto uno stato cosciente di visibilità che assicuri il funzionamento automatico del potere. [...]. È nello stesso tempo, troppo e troppo poco, che il prigioniero sia incessantemente osservato da un sorvegliante: troppo poco, perché l'essenziale è che egli sappia di essere osservato; troppo, perché egli non ha bisogno di esserlo effettivamente».

Nel mondo, in realtà, poche carceri sono edificate con una struttura panottica pura: si annoverano alla fine dell'800 le prigioni olandesi di Breda, Haarlem e Arnheim e, all'inizio del '900, il penitenziario di Stateville, in Illinois, Stati Uniti.

Nel corso del tempo, il termine panottico ha finito per identificare la pianta di edifici a sviluppo radiale, con più corpi di fabbrica (bracci) che si dipartono da un elemento centrale, generalmente destinati alla reclusione: come vedremo più estesamente, questa è la configurazione tipica di una delle carceri italiane più antiche, San Vittore a Milano. Successivamente, dagli anni Settanta in poi, la costruzione delle nuove strutture detentive in Italia non riprodurrà più l'ideale panottico ma non abbandonerà «l'idea del controllo pervasivo dei detenuti. Le carceri restano il regno del potere, del privilegio, della concessione sovrana. La legge non è riuscita a scalzare la consuetudine. E l'architettura non le ha dato una mano. [...] La modernità è un parallelepipedo di cemento armato lungo e alto. È una landa desolata. [...] Le prigioni moderne – architette-

tonicamente insignificanti e prive di qualsiasi modello culturale di riferimento – si stagliano grigie in periferie grigie. Sono tutte uguali, indipendentemente da chi le abiti» (Castellano e Stasio 2009: 33-42).

Secondo i dati del XIII Rapporto Antigone (2017), attualmente in Italia sono in uso 191 strutture, di cui circa l'9,4% (v.a. 18) costruite nel 700, l'11% (v.a. 39) nell'800 e il restante 79,6 % (v.a. 152) dall'inizio del '900 ad oggi.

Le edificazioni più recenti si collocano soprattutto in aree periferiche, ospitando complessivamente il 52% delle persone detenute. In teoria avrebbero dovuto riflettere, anche dal punto di vista architettonico, i principi fondanti della riforma del sistema penitenziario del 1975 ossia l'apertura verso il mondo esterno. Dalla non ottemperanza, verificatasi nella pratica, di tale ispirazione ideologica ne è derivata anche una stagnazione della sperimentazione architettonica – poi definitivamente travolta dall'emergenza del sovraffollamento degli anni Ottanta – che ha portato alla costruzione di istituti fondati quasi esclusivamente sul carattere punitivo della pena (Marcetti 2011). Predominante è risultata allora la cultura dell'isolamento sia delle persone detenute tra loro – con spazi rigidi che non favoriscono le attività di socializzazione – sia del carcere dalla città, secondo un processo di periferizzazione per espungere ai margini degli spazi urbani ciò che viene considerato il simbolo per eccellenza della devianza e del pericolo (Paone 2011).

In generale, questo cospicuo capitale edilizio versa in condizioni di scarsa manutenzione, con situazioni igieniche non sempre adeguate e con carenza di luoghi dedicati ad attività sociali, ricreative o lavorative (Franchina 2017).

Ciclicamente riemergono alcune proposte relative all'idea di vendere parte del patrimonio carcerario più antico al fine di recuperare risorse per costruire istituti innovativi e più umani. Tali progetti che, come vedremo, hanno riguardato, fra gli altri, anche il carcere di San Vittore a Milano sembrano tuttavia, da un lato, favorire investimenti immobiliari in zone molto appetibili e, dall'altro, «inserirsi nel solco della periferizzazione, che oltre ad avere un valore simbolico si traduce in ostacoli materiali e dispersioni di energie: per familiari e lavoratori diventa più difficile raggiungere il carcere; le associazioni sono disincentivate a farvi del volontariato; divengono impraticabili le iniziative di apertura delle porte del carcere alla città (in occasione di rappresentazioni teatrali, convegni etc.); è difficile quando non impossibile per i detenuti in semilibertà raggiungere eventuali luoghi di lavoro» (Franchina 2017).

### 3. Funzioni sociali e trasformazioni

La storia delle funzioni dell'istituzione carceraria è particolarmente interessante e permette di identificare tre modelli principali.

La prima prospettiva, definibile come idealista (Hester e Eglin 1999) o del «progresso senza fine» (Cohen 1985) interpreta il penitenziario come l'esito di un processo di civilizzazione, frutto dell'incontro fra le istanze riformiste di stampo illuminista e di ispirazione religiosa evangelica e quacchera, in cui vengono superate la crudeltà e l'arbitrarietà delle pene corporali pubbliche delle epoche precedenti.

Il secondo modello, invece, considera la galera come effettivo strumento di rieducazione e di risocializzazione, in grado di ostacolare le tendenze devianti e di tutelare l'ordine sociale. I principi ispiratori di tale impostazione funzionalista sono l'isolamento e il lavoro, che dovrebbero modificare congiuntamente non solo il corpo ma soprattutto la mente dei detenuti, allenandoli all'operosità e alla disciplina (Foucault 1976). Tuttavia, un dato che emerge molto precocemente già all'inizio dell'800 è la manifesta inefficienza dell'istituzione, incapace di contrastare e di ridurre la delinquenza ma divenendo paradossalmente una vera e propria «scuola del crimine» (Foucault 1976, Cohen 1985).

Infine, il terzo modello, quello strutturalista, fa leva sulle congiunture economiche e sugli interessi della classe dominante, interpretando la struttura detentiva come una pratica in grado di rispondere alle nuove esigenze dell'ordine economico capitalista. In tale ottica solo apparentemente il carcere fallisce perché in realtà, «il sistema è straordinariamente efficiente nell'assolvere le sue reali funzioni, che non sono però l'umanizzazione della pena e il recupero del condannato ma l'isolamento dei membri recalcitranti e non ancora socializzati alla disciplina del lavoro funzionale all'emergente ordine sociale capitalistico e la loro riprogrammazione come membri di un proletariato socialmente affidabile e sicuro» (Vianello 2012: 20).

Garland (1999:122) riassume efficacemente questo percorso storico-culturale riconoscendo che «nella giustizia penale contemporanea sono presenti due visioni contrastanti – da una parte il desiderio di punire passionale e moralmente connotato, dall'altra l'interesse razionale, di carattere amministrativo e con finalità normalizzatrici, a gestire». Il successo della detenzione risiede, allora, nella capacità di rappresentare valori e sensibilità estremamente condivisi. Non deve, quindi, sorprendere che nella realtà detentiva attuale – no-

nostante il dettato costituzionale – prevalga la funzione contenitiva e punitiva su quella rieducativa. Garland (2001: 75-76) osserva, a tal riguardo, come la reclusione sia diventata il supporto indispensabile del controllo sociale contemporaneo: «l'assunto dominante della nostra epoca è che il 'carcere funziona' non in quanto strumento di correzione o di rieducazione ma come mezzo di neutralizzazione e punizione che soddisfa le istanze politiche popolari di sicurezza pubblica e di severità della condanna. [...] Nel corso di pochi decenni è passato dall'essere concepito quale istituzione correzionale screditata e in declino a pilastro importante e apparentemente indispensabile dell'ordine sociale contemporaneo».

Un ordine sociale che, come afferma Bauman (2005: 107-108), è oggi sempre più minacciato da una crescente produzione di “rifiuti umani” per effetto del progresso economico e della globalizzazione. Scarti che anziché essere recuperati, vengono sottoposti: «a uno smaltimento definitivo, ultimativo. Chi è respinto una volta, è respinto per sempre. Per un ex detenuto scarcerato con la condizionale, il ritorno alla società è quasi impossibile e il ritorno in galera quasi certo. [...] In sintesi le carceri, come tante altre istituzioni sociali, sono passate dal compito di riciclare i rifiuti a quello di smaltirli. [...] Se riciclarli non conviene più, il modo giusto di trattare i rifiuti è accelerarne la 'biodegradazione' e decomposizione, isolandoli al tempo stesso dall'habitat dei normali esseri umani nel modo più sicuro possibile».

#### 4. Operatori e fruitori

L'organizzazione sociale e le popolazioni carcerarie sono state oggetto di ricerche, soprattutto di tipo etnografico, solo a partire dalla metà del secolo scorso negli Stati Uniti (Clemmer 1940, Sykes 1958) quando inizia a farsi strada il riconoscimento della significatività del carcere sia come mondo in sé sia come specchio della società. Grazie a questi studi si divulgarono, in Europa e in Italia, una serie di conoscenze sul concetto di prigionizzazione (il processo di assimilazione dei modi di vivere e di pensare, dei costumi propri di questa istituzione), sull'esame delle subculture delinquenziali (dalla solidarietà criminale alla subcultura detentiva con cui i ristretti perseguono utilitaristicamente strategie di sopravvivenza), sullo studio dei meccanismi dell'esclusione e della

violenza istituzionale, sull'analisi del funzionamento delle istituzioni totali e del loro impatto sull'identità sociale dei reclusi (Goffman 1968).

Tuttavia, se le ricerche etnografiche condotte dai sociologi all'interno delle strutture restrittive si sono diffuse anche in Europa (Liebling 1999, Combessie 2009), l'Italia, al contrario, segnala un certo ritardo e il carcere viene studiato soprattutto grazie all'apporto di relazioni di associazioni di volontariato (come per esempio l'Associazione Antigone, che dagli anni 90 pubblica periodicamente il *Rapporto sullo stato delle carceri italiane e le condizioni di detenzione* giungendo nel 2019 alla sua quindicesima edizione), resoconti di natura politica o imperniati su singole realtà locali.

Per meglio comprendere le dinamiche dei processi di carcerizzazione e le caratteristiche socio-grafiche della popolazione ristretta è necessario ricordare che negli anni '90, «si è assistito, in tutti i paesi occidentali, a una crisi del modello carcerario della rieducazione. [...] Ad affermarsi sono state le nuove politiche definite "moralizzanti", meno permissive nei confronti del crimine e della devianza, a seguito delle quali si è determinato un cambiamento importante nella composizione sociale della popolazione detenuta» (Tuorto 2017: 150). Un primo effetto evidente è stato un aumento generalizzato del numero di detenuti, *in primis* negli Stati Uniti e in misura meno accentuata in Europa, invertendo una tendenza deflativa in atto dalla metà dell'Ottocento. Riferendosi ai dati del 2016, Tuorto (2017: 152-153) sintetizza così la situazione: «nel mondo sono detenute oltre 10 milioni di persone, di cui due milioni e 200mila negli Stati Uniti, 1 milione e 650mila in Cina e un numero analogo in Europa. Se si guarda al tasso di detenzione o incarcerazione (numero di detenuti ogni 100mila abitanti), sono gli Stati Uniti a rappresentare una vera e propria anomalia democratica con un valore vicino a 700. In ambito europeo i tassi risultano mediamente elevati in alcuni paesi dell'Est (soprattutto in Russia dove si raggiunge il valore di 450) vicini a 100 in Francia, più alti in Gran Bretagna (146). Valori minimi si riscontrano invece nei paesi scandinavi (valori di 50-60). I paesi sudeuropei si caratterizzano, infine, per tassi non particolarmente elevati ma che hanno registrato un aumento nel corso degli anni. Per quanto riguarda l'Italia, il numero complessivo dei detenuti si assesta attorno a 54mila con un tasso di detenzione di 89 unità ogni 100mila abitanti».

Per quanto riguarda più specificatamente l'Italia, la popolazione detenuta è costituita per lo più da individui maschi (le donne ristrette oscillano mediamente fra il 4 e il 5%), nelle fasce d'età giovani-adulte (circa il 75% ha tra 25

e 50 anni), con un livello d'istruzione basso (circa il 50% non va oltre la terza media) e un'origine geografica straniera (fra il 30 e il 40%).

In riferimento alla dimensione di genere, la costante (e considerevole) minor presenza delle donne è stata tematizzata solo sotto l'influenza della letteratura femminista, che ha denunciato la mancanza di una prospettiva di genere nello studio dei processi criminali e detentivi (Howe 1994). Come osserva giustamente Melossi (2002: 207-208) «tale ignoranza non fa che riecheggiare l'ignoranza istituzionale: non va dimenticato che sono stati sempre gli esseri umani di genere maschile a costituire l'oggetto privilegiato dell'istituzione penitenziaria, almeno in epoca moderna». Tuttavia, ad oggi che «ciò dipenda dalla circostanza che il genere femminile delinqua effettivamente di meno, ovvero delinqua diversamente, ovvero che il sistema della giustizia penale sia più severo nei confronti delle devianze maschili che di quelle femminili, ovvero infine che le condotte trasgressive delle donne siano diversamente disciplinate da quelle degli uomini è ancora oggetto di discussione» (Pavarini 2002: 232). Si può tuttavia osservare che, anche nel nostro paese, alcune ricerche hanno tentato di superare tale opacità focalizzandosi proprio sulle specificità e sui vissuti delle donne detenute (Campelli *et al.* 1992, Faccioli 1990, Lunghi 2012, Pitch 2002).

La considerevole presenza degli stranieri è una specificità italiana. In progressivo aumento dagli anni 90 (in cui rappresentava circa il 15%), raggiunge livelli costantemente superiori al 30% dall'inizio del 2000: «questo dato dipende dalla connotazione dell'immigrazione (un numero elevato di maschi giovani, la categoria più propensa a commettere reati), dalle condizioni di vita precarie che espongono all'illegalità. Riflette, inoltre, gli orientamenti della legislazione che, in materia penale, ha assunto posizioni fortemente punitive verso reati meno gravi ma associati alle istanze securitarie; reati che sono commessi maggiormente dagli immigrati anche perché i controlli nei loro confronti sono più frequenti» (Tuorto 2017: 155).

Si deve anche aggiungere l'elevata componente dei tossicodipendenti che «a partire dallo scorso decennio continua a costituire circa il 30% della popolazione complessiva, per quanto la rilevanza dei detenuti comunque condannati per reati legati alla droga lasci supporre che la percentuale di tossicodipendenti possa verosimilmente essere assai superiore» (Vianello 2012: 88).

Infine, ai numeri dei reclusi, vanno aggiunti quelli relativi alle figure professionali: secondo i dati riportati dal XIII Rapporto Antigone (2017) 89,36%

del personale presente negli istituti di pena italiani è costituito dalla polizia penitenziaria mentre gli educatori sono il 2,17%. Il rapporto fra detenuti e agenti è di 1,67 (ossia poco più di un detenuto e mezzo per poliziotto), dato notevolmente inferiore ad altri paesi europei come per esempio la Francia (2,5), la Spagna (3,7), l'Inghilterra e il Galles (3,9). Altra caratteristica è la discrepanza fra l'organico previsto e quello effettivo (attorno al meno 20%) come effetto dei distacchi e dei pensionamenti degli operatori più anziani. La mancanza di personale fra gli agenti pare essere l'inevitabile conseguenza di precise scelte di politica penitenziaria che hanno previsto un elevatissimo numero di poliziotti nelle piante organiche degli istituti, la cui entità, rispetto agli altri operatori e ai detenuti, non trova riscontro in altri paesi europei. In definitiva, il quadro che ne emerge è quello di una situazione in cui non solo esiste una forte disparità fra la polizia penitenziaria e gli altri operatori (laddove la media europea si assesta, invece, attorno al 68%) ma vi è anche una generalizzata carenza di educatori (Maculan 2017).

## 5. Caso di studio: San Vittore a Milano

Un carcere perfettamente inserito nel panorama urbano: questo è San Vittore fin dalla sua nascita sul finire dell'Ottocento per la metropoli lombarda.

Si tratta di un'ubicazione molto particolare – uno dei quartieri più eleganti e centrali – per un'istituzione che presenta molti tratti in comune con le aree periferiche in cui «scarsità ed abbondanza possono combinarsi e la città, luogo di scelte, può imporsi come luogo di non scelte e di scarsità» (Rémy e Voyè 1981: 49). Molto acutamente, come osserva Petrillo (2000: 91), «il diritto alla città si è rovesciato in condanna alla periferia. Periferie che assediano il centro terziarizzato della vecchia metropoli, che mescolano “fasce deboli” della popolazione ai gruppi che vi erano stati storicamente confinati, cassaintegrati, disoccupati, anziani, i nuovi arrivati, gli stranieri ‘venuti per restare’».

San Vittore dunque come una periferia nel centro di Milano: una conformazione territoriale in cui qui, più che altrove, il concetto di spazio rimanda alla sua connotazione sociale ossia all'insieme di relazioni che vi si sviluppano (Ferrara e Jedlowsky 2006). Il rapporto centro-periferia, più che una configurazione fisica di vicinanza-lontananza, segnala un'asimmetria di relazioni di potere. Un'asimmetria che la sociologia ha tentato di mappare ricorrendo a



categorie quali «relegazione, ghettizzazione, segregazione socio-spaziale: tentativi approssimati di dare ragione dei processi di trasformazione in corso, che tendono pericolosamente a inclinare verso una ‘stigmatizzazione territoriale’ in grado di squalificare e marginalizzare ulteriormente periferie già in crisi o di spingere in condizione periferica anche chi prima non vi si trovava. Periferia è anche oggi l’impossibilità di decidere, di contare, di far sentire la propria voce» (Petrillo 2013: 17).

Tale impossibilità di farsi vedere e sentire è il tratto che al momento sembra accomunare l’esperienza delle istituzioni penitenziarie e delle periferie. Nel caso della prigione, tuttavia, si deve segnalare che questa invisibilità corrisponde a una precisa richiesta della pubblica opinione che «percepisce il carcere – inteso come edificio deputato a custodire delinquenti – come luogo isolato e da isolarsi dal tessuto sociale» (Squassoni 1997: 141).

San Vittore ha dunque un’ubicazione spaziale che è carica di significati culturali e politici che dagli aspetti più pratico-strumentali alludono a questioni più ampie come il senso della pena e della detenzione, l’urgenza e la complessità delle questioni carcerarie. In primis, ad esempio, il fatto di esser perfettamente inserito nel tessuto urbano consente più facilmente il reperimento di risorse attraverso una fitta rete di relazioni con la cittadinanza, le associazioni, il privato sociale, le amministrazioni. È una centralità preziosa anche per gli stessi detenuti che hanno l’impressione di vivere in uno spazio che continua anche al di fuori di quelle mura.

In un senso più profondo, essere al centro facilita il riconoscimento che il carcere faccia parte della quotidianità al pari di altre istituzioni, evitando la tentazione di confinarlo ai margini dell’esperienza sociale. Significa, in altri termini, soprattutto ammettere la normalità dell’errore e dell’esistenza di luoghi deputati al recupero e al reinserimento sociale.

L’istituto di pena milanese, infine, colpisce anche perché è un carcere vibrante di umanità: un’umanità sofferente ma che in qualche modo trae, dallo stare nel centro della città, l’impressione di non essere dimenticata e reietta, come ha espresso una volontaria storica in un toccante libro testimonianza: «proprio questo di San Vittore mi aveva sempre attratto: che fosse lì, nel cuore della città, nel nucleo centrale come un segreto conservato nel fondo dell’anima, una colpa non confessata. E credo che questo sia il carcere: qualcosa che non dovrebbe essere e che dovrebbe umiliare soprattutto noi che siamo fuori, perché non siamo capaci di altro che isolare e rinchiodere coloro che tra di noi

hanno sbagliato. Senza educare, senza insegnare, integrare, aiutare a ricominciare la vita in un modo diverso» (Michiara 2003: 11-12).

Ripercorrere le vicende di San Vittore può essere molto interessante perché offre l'opportunità, da un lato, di riflettere sull'avvicendamento delle diverse popolazioni detenute e, dall'altro, di mettere a fuoco la sua importanza in eventi cruciali della storia italiana: dalle deportazioni naziste agli anni bui del dopoguerra, dal terrorismo a Tangentopoli, dalla riforma Gozzini all'emergenza migranti dei nostri giorni (Lunghi 2018).

La storia di questa prigione si interseca, fin dalle sue origini, con quella di Milano: «per un secolo il carcere racconta la microstoria della città, dei suoi abitanti, dei suoi drammi e delle sue rivoluzioni» (Foot 2003: 22). Eretta sull'antico convento dei Cappuccini di San Vittore agli Olmi, la costruzione, iniziata nel 1872 sotto la supervisione dell'ingegnere Francesco Lucca, si concluse nel 1879 durante il regno di Umberto I. L'edificio venne fabbricato come penitenziario modello: in Italia fu una delle prime strutture "cellulari o cellari" – ossia dotate di celle singole per evitare la promiscuità fra i detenuti, ritenuta ai tempi un grosso ostacolo al ravvedimento dei reclusi – realizzata secondo un modello architettonico di tipo panottico attenuato. Tra i raggi vennero costruite anche le cosiddette "rose" di passeggio a pianta circolare per l'ora d'aria dei reclusi. La rotonda e i raggi costituiscono ancora oggi la struttura interna e nell'immaginario dei cittadini sono il simbolo per eccellenza della prigione meneghina.

Durante il periodo fascista e la successiva occupazione nazista, il penitenziario fu anche un luogo di prigionia per numerosi oppositori politici. In Italia, come osserva De Vito (2009: 5), «l'occupazione delle sezioni delle carceri giudiziarie, ancor più che la creazione di "uffici" interni agli stabilimenti, aveva come fine principale l'avviamento dei detenuti al lavoro obbligatorio in Germania, una delle pagine più tette della storia carceraria e della Repubblica sociale italiana. Dietro a quelle prassi e le normative tecniche a essa relative si celò infatti la deportazione di centinaia di persone, condannate, imputate o anche semplicemente arrestate nelle reate delle varie reate di polizia, prive di fatto di qualsiasi strumento legale di difesa».

Nel settembre del 1943, ad esempio, le truppe tedesche espropriarono il terzo, il quarto e il quinto raggio, ammassandovi detenuti politici ed ebrei. Per questi ultimi la casa di pena milanese svolse, di fatto, la funzione di campo di concentramento provinciale e di luogo di raccolta per coloro che, arresta-

ti nelle zone limitrofe, erano in attesa di trasferimento per i lager nazisti in Germania o Polonia.

Nell'immediato dopoguerra la prigione fu la sede di una sanguinosa rivolta che divenne l'emblema delle contraddizioni e dell'anarchia dilagante in una Milano distrutta dai bombardamenti e ancora incapace di rialzarsi dalla sconfitta della guerra (Foot 1998).

Seguirono anni di rappacificazione che videro diffondersi, in tutta la penisola, pratiche e ideologie di un "carcere morale", una conduzione degli istituti di stampo familiare-paternalistico come riflesso di un ben preciso paradigma etico: «un'idea di redenzione del detenuto che declinava il principio costituzionale della rieducazione nel senso della morale cattolica. La prospettiva era quella della trasformazione complessiva dell'animo travariato del recluso più che del sostegno al suo reinserimento sociale» (De Vito 2009: 36).

Il "carcere morale" degli anni Cinquanta e Sessanta riesce a sopravvivere solo grazie a un forte isolamento dal mondo esterno, completamente precluso ai ristretti.

Tale segregazione, tuttavia, viene ben presto travolta da un'Italia e da una popolazione detenuta che stava rapidamente cambiando sulla scia di una forte, quanto disomogenea, modernizzazione e crescita economica. La stessa criminalità evolve verso modalità organizzative di respiro internazionale e tipologie di reati mai conosciute prima quali il traffico di stupefacenti, le tangenti, il riciclaggio di denaro, le grosse rapine. I mafiosi e i rapinatori tuttavia, non costituiscono la maggior parte dei reclusi, in cui si annoverano, invece, soprattutto gli esclusi dal miracolo economico come gli immigrati meridionali, gli abitanti delle borgate e delle periferie metropolitane.

Negli anni seguenti, quindi, il carcere morale e segregato dal mondo imploderà sotto i colpi di un paese sconvolto dalle lotte studentesche e operaie dove anche i detenuti cominciano a far sentire la loro voce con sommosse e rivolte che dilagano in tutta la penisola. Sulla scia di quanto era già successo a Le Nuove (Torino) e a Marassi (Genova), a San Vittore scoppierà un tumulto violentissimo nel settembre del 1969 cui seguirà una dura repressione con trasferimenti punitivi dei prigionieri più facinorosi. Paradossalmente, però, tali provvedimenti ebbero, come effetto indesiderato, la diffusione capillare della protesta tramite i contatti stabiliti direttamente dai ribelli con i reclusi degli istituti in cui transitarono.

Tutto questo porta alla nascita di quello che gli storici definirono come il movimento dei detenuti, che lievito in tutta Italia dentro e fuori le mura, anche in reazione a un sistema di detenzione molto duro e militarizzato. Tale esperienza fu il risultato di un cambiamento culturale più ampio, che dalla contestazione studentesca e operaia investe molti altri ambiti della società e delle istituzioni, andando a mettere sotto accusa l'intero sistema della giustizia penale. Dentro gli istituti, i reclusi iniziano a lottare partendo da rivendicazioni di base – come il miglioramento delle condizioni igieniche e dell'assistenza sanitaria, l'aumento delle ore d'aria e dei colloqui – e denunciando la violenza degli agenti di custodia.

Parallelamente si diffonde anche una cultura vittimistica della detenzione che tendeva a considerare i carcerati come le vittime di un sistema sociale iniquo. A ciò si aggiunse una serie di arresti di attivisti politici: per la prima volta entrano in galera persone di estrazione alto borghese, molto istruite, che finiscono per svolgere un'opera di acculturazione dei detenuti comuni, segnando, nella storia delle carceri italiane, una svolta importante che tocca profondamente anche l'istituto meneghino.

Sul finire degli anni Ottanta inizia una forte apertura verso l'esterno e un dialogo con le istituzioni che porta alla revisione dell'ordinamento penitenziario. La situazione comincia a modificarsi anche grazie alla creazione delle aree omogenee, zone detentive destinate ai terroristi che si dissociavano dalla lotta armata e che iniziano a contaminarsi con l'esterno attraverso una serie di iniziative.

La riforma del sistema penitenziario del 1975, intensificata ulteriormente con la legge Gozzini del 1986, dà un segnale di forte discontinuità con il passato, ispirandosi al principio dell'umanizzazione della pena, alla tutela del rispetto della personalità del recluso, alla difesa dei suoi diritti e alla facilitazione dei contatti con il mondo esterno (Castiglione 2008). Per la prima volta, inoltre, vengono introdotte le cosiddette misure alternative quali l'affidamento in prova ai servizi sociali, la detenzione domiciliare, la semilibertà, la libertà controllata e la semidetenzione.

San Vittore riceverà in maniera significativa questo nuovo orizzonte culturale, divenendo sede, negli anni successivi, di molteplici attività trattamentali e di numerose iniziative di apertura verso l'esterno grazie al volontariato, alla formazione, alle cooperative sociali e in parte anche alle aziende.

L'esperienza di Tangentopoli segnerà un'ulteriore svolta: la carcerazione di personaggi politici e di imprenditori potenti porterà, alla ribalta della pubblica

opinione, molte criticità del pianeta-carcere quali il sovraffollamento, le pessime condizioni detentive, l'incapacità rieducativa della galera. Paradossalmente la vicenda di Mani pulite avvicina la gente comune a questa istituzione che comincia a essere percepita non più così lontana dalla quotidianità.

A metà degli anni Novanta il carcere si riempie di stranieri e, ancora una volta, le vicende di San Vittore riflettono «la storia sociale della città: nel 1999 quasi la metà dei reclusi è di origine straniera mentre lo sono tutti i detenuti del carcere minorile di Milano, il Beccaria» (Foot 2003: 23).

L'istituto nel frattempo è diventato esclusivamente una casa circondariale, gravata da tutta una serie di problematiche. A difficoltà ormai croniche – come il sovraffollamento, la carenza di organico, il degrado architettonico di alcuni reparti – si sono aggiunte altre pesanti criticità – come la tossicodipendenza e la clandestinità – frutto di un mutato contesto sociale: il risultato è un clima di continue emergenze, di grande disordine e di forte incomunicabilità culturale.

In conclusione, si può dunque affermare che l'eccentricità spaziale e architettonica della galera milanese rappresentino un monito e una sfida culturale e sociale importante nella misura in cui rendono concretamente visibile l'idea di un carcere che può essere inteso come una comunità attiva sul territorio e non come un'istituzione segregata e segregante. Una comunità che è parte integrante di uno spazio sociale in cui mostrare alla cittadinanza che sbagliare nella vita è sempre possibile ma altrettanto normale dovrebbe essere la possibilità del recupero e del reinserimento.

Di conseguenza opporsi ai tanti ipotetici progetti di trasferimento in periferia, susseguitisi soprattutto negli ultimi anni, dovrebbe dunque corrispondere alla volontà di non occultare o allontanare dagli occhi e dal cuore la questione del carcere: difendere l'attuale ubicazione di San Vittore significa non relegare ai margini ciò che invece, sia pur problematico e doloroso, deve restare al centro della collettività e dell'esperienza quotidiana.

## Bibliografia

- Bauman Z. (2005; ed. or. 2004), *Vite di scarto*, Roma-Bari, Laterza.  
 Bentham J. (1983; ed. or. 1791), *Panopticon, ovvero la casa d'ispezione*, Foucault M. e Perrot M. (a cura di), Venezia, Marsilio.

- Barbagli M., Colombo A., Savona E. (2003), *Sociologia della devianza*, Bologna, Il Mulino.
- Campelli E., Faccioli F., Giordano V., Pitch V. (1992), *Donne in carcere. Ricerca sulla detenzione femminile in Italia*, Milano, Feltrinelli.
- Castellano L. e Stasio D. (2009), *Diritti e castighi. Storie di umanità cancellata in carcere*, Milano, Il Saggiatore.
- Castiglione A. (2008), "Le misure alternative alla detenzione e la recidiva", in Bartholini I. (a cura di), *Trapani, l'ultima provincia? Disagio sociale, devianze e welfare locale*, Milano, Franco Angeli, pp. 157-181.
- Cohen S. (1985), *Visions of Social Control: Crime, Punishment and Classification*, Cambridge, Polity Press.
- Clemmer D. (1940), *The Prison Community*, Boston, The Christopher Publishing House.
- Combessie P. (2009), *Sociologie de la prison*, Parigi, Presses Universitaires de France.
- De Vito C. G. (2009), *Camosci e girachiavi. Storia del carcere in Italia 1945-2007*, Roma-Bari, Editori Laterza.
- Garland D. (1999; ed. 1990), *Pena e società moderna. Uno studio di teoria sociale*, Milano, Il Saggiatore.
- Garland D. (2004; ed. or. 2001), *La cultura del controllo. Crimine e ordine sociale nel mondo contemporaneo*, Milano, Il Saggiatore.
- Faccioli F. (1990), *I soggetti deboli. I giovani e le donne nel sistema penale*, Milano, Franco Angeli.
- Ferrara A. e Jedlowski P. (2006), "Il senso delle periferie (e le periferie del senso)", *Parolechiave*, 36, Roma, Carocci Editore.
- Foot J. (1998), "The Tale of San Vittore. Prisons, Politics, Crime and Fascism in Milan, 1943-45", in *Modern Italy*, 3 (1), pp. 25-48.
- Foot J. (2003; ed. or. 2001), *Milano dopo il miracolo. Biografia di una città*, Milano, Feltrinelli.
- Foucault M. (1963; ed. or. 1961), *Storia della follia nell'età classica*, Milano, Rizzoli.
- Foucault M. (1976; ed. or. 1975), *Sorvegliare e punire. La nascita della prigione*, Torino, Einaudi.
- Goffman E. (1968; ed. or. 1961), *Asylums. Le istituzioni totali: i meccanismi dell'esclusione e della violenza*, Torino, Edizioni di Comunità.
- Franchina A. (2017), "Lo spazio del carcere per il carcere", *XIII Rapporto sulle condizioni di detenzione*, Associazione Antigone: <http://www.antigone.it/tredicesimo-rapporto-sulle-condizioni-di-detenzione/02-architettura/>.
- Hester S. e Eglin P. (1999), *Sociologia del crimine*, Lecce, Manni.

- Howe A. (1994), *Punish and Critique*, London, Routledge.
- Ignatieff M. (1982; ed. or 1978), *Le origini del penitenziario. Sistema carcerario e rivoluzione industriale inglese 1750-1850*, Milano, Mondadori.
- Ignatieff M. (1997), “Stato, società civile e istituzioni totali: una critica delle recenti storie sociali della pena”, in Santoro E., *Carcere e società liberale*, Torino, Giappichelli.
- Liebling A. (1999), “Doing Research in Prison: Breaking the Silence?”, *Theoretical Criminology*, 3 (2), pp. 147-173.
- Lunghi C. (2012), *Creative evasioni. Manifattura di moda in carcere*, Milano, Franco Angeli.
- Lunghi C. (2018), “Quelle mura al centro della città: il carcere di San Vittore come periferia nel cuore di Milano”, in Lodigiani R. (a cura di), *Ambrosianum Rapporto sulla città Milano 2018*, Milano, Franco Angeli, pp. 209-226.
- Maculan A. (2017), “Sotto organico: il personale degli istituti penitenziari”, *XIII Rapporto sulle condizioni di detenzione*, Associazione Antigone, <https://www.antigone.it/tredicesimo-rapporto-sulle-condizioni-di-detenzione/04-operatori/>.
- Marcetti C. (2011), “L’architettura penitenziaria dopo la riforma”, in Anastasia S., Corleone F., Zevi L. (a cura di), *Il corpo e lo spazio della pena*, Roma, Ediesse, pp. 69-94.
- Melossi D. (2002), *Stato, controllo sociale, devianza*, Milano, Bruno Mondadori.
- Melossi D. e Pavarini M. (1977), *Carcere e fabbrica. Alle origini del sistema penitenziario*, Bologna, Il Mulino.
- Michiara T. (2003), *Viaggio in un carcere italiano*, Milano, Edizioni Paoline.
- Molteni A. (2010), “Crimine, carcere e questione sociale”, in Massari L. e Molteni A. (a cura di), *Giustizia e sicurezza. Politiche urbane, sociali e penali*, Torino, Carocci, pp. 59-72.
- Mosconi G. (a cura di) (1982), *L'altro carcere*, Padova, CLEUP.
- Paone S. (2011), “Dal carcere in città alla città carcere”, in Anastasia S., Corleone F., Zevi L. (a cura di), *Il corpo e lo spazio della pena*, Roma, Ediesse, pp. 119-131.
- Pavarini M. (2002), “Il carcere”, in Barbagli M. e Gatti U. (a cura di), *La criminalità in Italia*, Bologna, Il Mulino, pp. 225-236.
- Petrillo A. (2000), *La città perduta. Leclissi della dimensione urbana nel mondo contemporaneo*, Bari, Edizioni Dedalo.
- Petrillo A. (2013), *Peripheriein: pensare diversamente la periferia*, Milano, Franco Angeli.
- Pitch T. (2002), “Le differenze di genere”, in Barbagli M. e Gatti U. (a cura di), *La criminalità in Italia*, Bologna, Il Mulino, pp. 170-183.

- Rémy J. e Voyé L. (1981), *Ville, ordre et violence. Formes spatiales et transaction sociale*, Parigi, PUF.
- Sbraccia A. (2007), "More or less eligibility? Prospettive teoriche sul processo di criminalizzazione dei migranti in Italia", *Studi sulla questione criminale*, I (3), pp. 91-108.
- Rusche G. e Kirchheimer O. (1978; ed. or. 1939), *Pena e struttura sociale*, Bologna, Il Mulino.
- Sykes G. (1958), *The Society of Captives: A Study of a Maximum Security Prison*, Princeton, Princeton University Press.
- Squassoni C. (1997), "Carcere e collettività: un'interazione inesistente", in Serra C. (a cura di), *Istituzione e comunicazione. Segni e simboli della rappresentazione sociale del carcere*, Roma, Edizioni Seam, pp. 139-144.
- Tuorto D. (2017), *Esclusione sociale. Uno sguardo sociologico*, Milano-Torino, Pearson Italia.
- Vianello F. (2012), *Il carcere. Sociologia del penitenziario*, Roma, Carocci Editore.





# C La casa. Gli spazi, gli arredi, i vissuti e le loro evoluzioni

---

di Irene Sartoretti<sup>1</sup>

La casa, forse più che ogni altro oggetto di studio delle scienze sociali, può essere considerata come un *fatto sociale totale*, ossia come un condensatore della realtà sociale, nelle sue componenti politiche, economiche, tecnologiche e culturali, senza essere tuttavia riconducibile ad alcuna di esse in particolare (Segaud *et al.* 2003). Ciò fa sì che la sua definizione sia sfuggente o per lo meno estremamente varia a seconda del punto di vista con cui si sceglie di studiarla, se per esempio con la lente di ingrandimento della sociologia urbana, con quella della sociologia dei consumi o della psicosociologia. L'articolo tratta dunque delle differenti traiettorie di ricerca in scienze sociali che si sono occupate del tema della casa per provare a ricomporlo come oggetto unitario a partire dalle sue tante sfaccettature, sia materiali che immateriali. Tutto ciò non prima di aver dato una breve definizione e qualche cenno storico, che permette di definire il quadro generale.

*The article is about house (casa), a word that in Italian has the double meaning of house and home, depending on the context. As a sociological study object, the house can be considered a social total fact, that is to say a condenser of the social reality, in its political, economic, technological and cultural components, without being referable to any of them in particular (Segaud et al. 2003). Therefore, its definition is elusive or, at least, complex. In particular, it depends on the sociological point of view with which house is studied, for example from the point of view of urban sociology, from the one of sociology of consumption or the one of psychosociology. For that reason, the article retraces the principal axes of research on house (casa) in social sciences, by taking into account both the physical dimension of the house and the immaterial character of the home. The article starts with a short definition of the object and with a brief history of it to let readers understand the general context.*

1 Irene Sartoretti è architetta e sociologa. Dopo aver conseguito il dottorato di ricerca presso la Scuola Normale Superiore di Pisa, è attualmente *maître de conférences associé* in scienze umane e sociali all'École Nationale Supérieure d'Architecture di Strasburgo. I suoi interessi sono la casa e la relazione fra arti e scienze sociali, temi su cui svolge ricerca e insegnamento. Più recentemente, si interessa alla dimensione spaziale delle disuguaglianze scolastiche in contesto rurale in Francia. È questo il soggetto su cui sta al momento facendo ricerca insieme al laboratorio Chôros, finanziata dall'Académie de Reims e in collaborazione con il Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse.

## 1. Definizione e cenni storici

Con la parola casa si indica il luogo dove si abita. La casa evoca immediatamente la necessità vitale che hanno gli esseri umani di ripararsi. Sociologicamente è da intendersi come forma sociale, ovvero come espressione di un modo di vita che emerge da un contesto materiale, sociale e culturale situato.

La casa comincia a essere, sociologicamente parlando, un oggetto di interesse scientifico nel momento in cui si trasforma in questione sociale. Ciò avviene, come spiega bene Yankel Fijalkow nel suo libro *Sociologie du logement* (2011: 9-12), con la nascita della società industriale. È in questo momento storico che viene scardinato il principio di associazione fra luogo di abitazione e luogo di lavoro su cui si reggeva il tipo di società precedente. Nella società preindustriale, mestiere e abitazione erano spazialmente indissociabili e inquadrati in un rigido sistema corporativo cui si apparteneva a vita, stando sotto la potestà di un maestro di bottega sin dal momento dell'apprendistato. La società industriale trasforma il lavoratore in salariato, libero di muoversi e di proporre i propri servizi al di fuori di una corporazione di mestieri. Ciò si traduce in un'erranza strutturale dei lavoratori, in condizioni di vita miserevoli e, parallelamente, nella nascita di due nuovi tipi di attore: gli speculatori immobiliari da un lato e gli affittuari dall'altro, questi ultimi espressione del nuovo tipo di forza lavoro non più fissa territorialmente. Attraverso interventi concreti, che si appoggiano su studi e inchieste parlamentari, i riformatori cercano di canalizzare l'esodo rurale, di fissare la mobilità dei lavoratori in città operaie e di inquadrarne la vita quotidiana attraverso l'educazione al risparmio e l'aspirazione alla proprietà. I riformatori comprendono che l'alloggio è un aspetto fondamentale della riproduzione della forza lavoro. È in questo contesto che si inseriscono i due lavori pionieri di sociologia della casa, se non di sociologia tout court: quello di Frederich Engels del 1844 su "La situazione della classe operaia in Inghilterra" e quello di Frédéric Le Play del 1855 sugli "Operai Europei", in particolare, come recita il titolo, su "le condizioni di lavoro, la vita domestica e le condizioni morali". Quest'ultimo lavoro è stato condotto per 20 anni attraverso inchieste di terreno sistematiche, utilizzando il metodo dell'osservazione sociologica e della monografia familiare, che ne fanno un'opera pionieristica.

Sempre con l'avvento della società industriale, si specificano le due nozioni giuridiche di pubblico e di privato. Queste sono connaturate con la nascita

dello Stato Moderno che vara le leggi in materia di violazione del domicilio e, in nome dei diritti dell'individuo, inizia a disciplinare questioni giuridiche prima appannaggio dei singoli. Tempi di lavoro e di riposo, spazi per l'impiego e per la residenza e relazioni private, quali unioni ed eredità, diventano oggetto di leggi e di interventi statali. Più lo stato disciplina la vita dei singoli, più la casa diviene, prima negli ambienti borghesi, poi per estensione nelle altre classi sociali, il luogo di distensione compensativa rispetto alla vita pubblica. Centrata sui valori legati all'intimità familiare, la nozione di casa arriva a coincidere con quella di famiglia nucleare. Parallelamente, gli spazi domestici cessano di essere spazi promiscui. Ciò avviene in concomitanza con l'affermarsi di nuovi codici di pudore e delle cosiddette buone maniere, che si diffondono inizialmente negli ambienti aristocratici e poi presso gli altri strati sociali (Elias 1969). Gli interni domestici vengono specializzati e dimensionati in base alle differenti funzioni e sono distribuiti in base al grado di esposizione del sé. Nascono i corridoi per rendere le stanze non comunicanti fra loro, si sviluppa una zona giorno e una zona notte e vengono col tempo introdotti i dispositivi igienici. Nasce così la casa come la conosciamo oggi, nelle sue partizioni e nei suoi valori simbolici. L'interesse ottocentesco dell'arte pittorica e della letteratura per l'interno domestico esprime bene l'importanza che la casa acquisisce in questo momento storico non solo come simbolo di status, come lo è sempre stato, ma anche come spazio consacrato all'intimità con sé stessi, al tempo libero, alla sociabilità elettiva e in definitiva al fiorire della propria soggettività. È a partire da queste premesse storiche che le scienze sociali cominciano a occuparsi di casa.

## 2. La casa, i suoi spazi e le loro evoluzioni

Dagli ambienti domestici indistinti del Medioevo a quelli organizzati secondo precise funzioni diffusisi a livello di massa con i *Trenta Gloriosi*, gli aspetti morfologici della casa sono evoluti di pari passo con l'evoluzione delle strutture sociali e degli aspetti tecnologici.

L'attenzione sociologica per l'evoluzione degli spazi domestici si è sviluppata all'interno di una nuova sensibilità storica, inaugurata dalla *Scuola degli Annales*. March Bloch, Lucien Febvre, Fernand Braudel, Philippe Ariès e Paul Veyne hanno spostato l'attenzione dai grandi eventi storici a quella che hanno

definito la *longue durée*. Con questi autori, iniziano a essere studiate le temporalità lunghe e tutti quei fenomeni, come le mentalità e i modi di vita, che si caratterizzano per una forte inerzia e per evoluzioni di tipo incrementale più che improvvise e rivoluzionarie. La monumentale opera *Storia della vita privata*, uscita negli anni Ottanta sotto la direzione di Philippe Ariès e Georges Duby, focalizza in diversi suoi punti l'attenzione sulla relazione fra aspetti morfologici della casa e coordinate valoriali che li sottendono (1985-87). Si apre così un ricco filone di studi storici che lega la dimensione spaziale della casa ai relativi modi di pensare e ai relativi sentimenti, considerati come costruzioni sociali. Concetti come quello di intimità domestica vengono storicizzati attraverso vere e proprie genealogie che ne mostrano lo sviluppo e le evoluzioni nel tempo. Nel caso dell'intimità, viene mostrato come questo sentimento non sia astorico. Al contrario, si è sviluppato insieme alla nozione di privato e, ancor prima, risiede nel generalizzarsi di un senso di coscienza interiore che è a sua volta relazionato all'affermarsi, soprattutto attraverso la religiosità protestante, di un rapporto uomo/dio non più mediato ma diretto. L'idea di una coscienza interiore è da legarsi anche alla nascita di una spiritualità laica che si forma in un tempo molto lungo risalente all'Umanesimo (Taylor 1989). Al formarsi del sentimento di intimità corrisponde l'affermarsi di pratiche domestiche quotidiane, come le pratiche di lettura silenziosa e di scrittura privata, e il diffondersi di spazi dedicati alla coltivazione del sé, come lo studio. Quest'ultimo si diffonde pienamente con la casa borghese ottocentesca.

La nozione e il sentimento di intimità si sviluppano di pari passo con l'evoluzione dell'idea di famiglia. Se fino al Seicento la parola *familia* indicava indistintamente tutti coloro che dormivano sotto lo stesso tetto e sotto l'autorità di un *pater familias*, a partire da questo momento storico comincia a indicare esclusivamente le persone legate fra loro da legami di parentela (Sarti: 31-40). Con l'idea moderna di famiglia, si sviluppa quella di infanzia. Nella casa borghese ottocentesca, la camera dei bambini viene allontanata da quella dei domestici per essere avvicinata a quella dei genitori (Eleb e Debarre-Blanchard 1989). La specializzazione degli spazi della casa è fatta sulla base delle funzioni, ma anche dell'età e del genere, con spazi dedicati al sé maschile, come lo studio, e altri alla donna, come la cucina. Con la scissione fra pubblico e privato, la donna viene trasformata nel soggetto domestico per eccellenza. È lei a farsi carico della cura materiale della casa ma anche di quella emozionale dei suoi abitanti. È proprio sulla donna come angelo del focolare nel quadro di un

matrimonio eterosessuale che si fonda l'ideale occidentale di casa nonché la partizione degli spazi interni per tutti i *Trenta Gloriosi* e oltre.

Le letterature di genere e postcoloniali hanno dato un contributo fondamentale alla decostruzione di tutti quegli assunti naturalizzati che riguardano il ruolo della donna nella casa, la scissione fra pubblico e privato come qualcosa di universale e l'equazione che lega casa e famiglia nucleare come assunto ideologico su cui si sono basate le politiche di welfare dell'ultima metà del Novecento. Proprio per liberare la donna dal peso silenzioso delle incombenze domestiche, già dal secondo dopoguerra, in Svezia, sono stati creati immobili collettivi sperimentali con servizi condivisi, come per esempio cucine e asili (Hayden 2002). Queste sperimentazioni, probabilmente in origine ispirate agli immobili nati in Russia all'indomani dell'avvento del comunismo, stanno cominciando oggi a essere effettuate in nuovi contesti geografici. Le ritroviamo soprattutto in Svizzera, a Vienna e in Danimarca. Qui sono stati costruiti di recente alcuni immobili collettivi a vocazione sociale per venire espressamente incontro a forme di coabitazione alternative, non incentrate sulla famiglia come cellula isolata e come unico orizzonte di vita desiderabile. La particolarità di questi immobili sono ampi spazi di soggiorno condivisi e servizi comuni, pensati per la coabitazione fra persone non legate fra loro da legami di parentela (Eleb e Béndimerad 2018).

Ritornando alle case nella loro versione modale, negli anni Settanta, grazie a massicce operazioni di costruzione intraprese direttamente dagli Stati Europei e a politiche di welfare con al centro la casa, la questione della penuria degli alloggi viene pressoché risolta a livello europeo. L'industrializzazione del processo edilizio unita a una congiuntura economica favorevole ha reso possibile il raggiungimento di alti standard di confort per tutte le classi sociali. A partire dagli anni Ottanta, con la fine dei *Trenta Gloriosi*, le politiche della casa a livello europeo si orientano più che sulla costruzione diretta di alloggi da parte dello Stato sugli aiuti economici forniti direttamente alla persona. A questo momento di inversione politica, ma anche di grandi mutamenti demografici, corrispondono importanti trasformazioni della morfologia della casa nella sua versione modale. Gli spazi interni tendono a essere più flessibili: cucina e soggiorno si fondono in un unicum, ingressi e lunghi corridoi di distribuzione tendono a sparire. La ragione di questa contrazione di spazi deriva dal primo shock petrolifero del 1974 così come dalla contrazione del potere di acquisto. La maggiore flessibilità interna non è però spiegabile solo in termini economi-

ci. Risponde anche a cambiamenti nei modi di vita. L'ingresso massiccio delle donne nel mercato del lavoro e la cosiddetta destrutturazione della famiglia rendono le relazioni uomo/donna e genitori/figli più egualitarie. La cucina aperta sul soggiorno cessa di essere identificata come spazio femminile perdendo i suoi connotati di genere. Si presta a una maggior condivisione dei compiti domestici, fatti in concomitanza con altre attività. Risponde anche a nuovi codici di rispettabilità. Lo spazio unico cucina-soggiorno lascia intravedere il disordine domestico legato alla preparazione dei pasti, la cui visibilità viene maggiormente accettata. Affacciata sul soggiorno, la cucina con tutti i suoi oggetti, diventa il terreno di una maggiore informalità nella ricezione. Diventa anche, all'opposto, l'espressione di un quotidiano sempre più estetizzato, fatto di oggetti d'uso comune di design. Parallelamente, il soggiorno, da spazio esclusivamente consacrato alla rappresentazione e agli inviti diventa spazio di vita e di relax, come attesta il diffondersi dagli anni Ottanta di divani e tavoli bassi che permettono posture più rilassate.

Alla suddivisione fra zona giorno e zona notte se ne sostituisce spesso un'altra. Si tratta della suddivisione fra uno spazio comune, ossia lo spazio cucina-soggiorno, che è situato al centro, e degli spazi individuali, ossia le camere, che sono situate ai poli opposti rispetto allo spazio comune. La diffusione di questa nuova logica di distribuzione interna risponde a un'accresciuta importanza data al singolo rispetto al nucleo domestico, per cui a ciascun membro della famiglia vengono riconosciute una libertà e un'autonomia maggiori. L'antropologa Marion Segaud scrive in proposito che la storia dell'evoluzione degli spazi domestici in Occidente può essere letta come lo specchio di un lungo processo di individualizzazione (2007: 82-85).

Anche il bagno ha conosciuto un'evoluzione. Da luogo di espletamento di bisogni poco nobili si è trasformato a partire dagli anni Ottanta, come è avvenuto per la cucina, in luogo del benessere e dell'edonismo. La pubblicità non fa che promuovere questo nuovo statuto del bagno mostrandolo grande, finestrato e arredato sul modello di un soggiorno o di una Spa. Se corridoi e ingressi tendono a scomparire in favore di una maggiore fluidità interna, non è così per le terrazze. Ampie e spesso coperte, nelle nuove operazioni immobiliari, queste si configurano come delle vere e proprie stanze all'aperto che permettono di prolungare il soggiorno. Le grandi terrazze rispondono anche all'esigenza di alleggerire visivamente l'impressione di densità data dagli immobili collettivi. La sensazione di densità viene alleggerita anche dalla possibi-

lità di avere una sorta di giardino individuale nei contesti urbani compatti. La terrazza come stanza partecipa della tendenza dell'architettura contemporanea di creare soluzioni ibride fra immobile collettivo e casa individuale. Questo tipo di soluzioni, ottenute variabilmente attraverso ampie terrazze verdi o patii comuni, sono impiegate per poter unire i benefici, anche in termini di sostenibilità, del vivere in contesto denso con quelli del vivere isolatamente.

Recensendo gli immobili collettivi realizzati in Francia fra gli anni 1995 e 2013, la sociologa Monique Eleb e l'architetto Philippe Simon si sono soffermati sulle operazioni più innovative (2013). Hanno mostrato come alcuni progettisti, promotori immobiliari privati e società promotrici di case popolari abbiano integrato in maniera esplicita nell'architettura domestica le più importanti evoluzioni della società. I loro interventi hanno trasformato in riflessione architettonica questioni sociali come l'invecchiamento della popolazione, l'uscita tardiva dei figli dalla casa genitoriale e il fatto che le biografie affettive e lavorative siano divenute più frammentate e incerte facendo sì che il modello della famiglia tradizionale non sia più quello dominante. Le soluzioni sperimentate dagli architetti sono molteplici. Prima fra tutte, quella dell'alloggio evolutivo. Con questa locuzione si intende un tipo di alloggio che si possa trasformare in modo facile e poco costoso a seconda del tipo di persone che lo abitano e delle evoluzioni nel tempo dei loro modi di vita. L'alloggio evolutivo si caratterizza per una pianta internamente libera da strutture portanti. Spesso presenta due ingressi per poter essere all'occasione diviso in due e poter per esempio ospitare genitori anziani ancora autonomi, figli in età adulta che non hanno lasciato la casa genitoriale oppure persone che si occupano di anziani soli, ovvero tutti soggetti che pur vivendo sotto lo stesso tetto hanno bisogno di una loro autonomia. Altra soluzione adottata per questi casi oppure per famiglie allargate è quella dell'appartamento principale con annesso monolocale. Infine, per lasciare libertà di scelta agli abitanti sulla funzione da dare ai diversi ambienti della casa, gli architetti adottano la soluzione delle stanze di dimensione neutra. La loro area è compresa fra quella generosa di un soggiorno e quella più ristretta di una camera doppia. Uniche stanze determinate in partenza dai progettisti sono bagni e cucine per motivi legati a scarichi e fornitura di acqua.

Anche se si tratta di soluzioni poco diffuse, tutte queste sperimentazioni possono essere considerate come marcatori culturali di fenomeni sociali più profondi. Nascono come reazione alla grande sofferenza che gli immobili dei



*Trenta Gloriosi* incontrano oggi sul mercato perché poco adatti alle maniere di abitare attuali.

### 3. Housing studies e ricerche sull'arredo: la casa come tema di studio oggettivabile

Il primo e più diffuso tipo di studi sulla casa sono gli *housing studies*, locuzione inglese con cui si indicano le ricerche di matrice quantitativa sull'accesso all'abitazione, sulla qualità degli alloggi, sulla segregazione e sulle traiettorie residenziali nonché sugli effetti delle politiche della casa. La nozione di casa è, secondo la prospettiva propria degli *housing studies*, quella di un bisogno facilmente oggettivabile, colto soprattutto nei suoi aspetti fisici e misurabili.

Questo filone di studi è debitore dei lavori della Scuola di Chicago, che per primi hanno stabilito una correlazione fra luogo di residenza e destino di vita. Nel solco di queste prime ricerche si inserisce oggi un ricco filone di studi il cui obiettivo è analizzare quanto l'indirizzo di residenza sia portatore di disuguaglianze e influisca sul proprio corso di vita in termini di salute, di educazione e di possibilità. Significative sono in questo senso le nozioni di "effetto di indirizzo" (Laurent e Marpsat 1997) e di "capitale spaziale" (Savage *et al.* 2005). Più recentemente, Anaïs Collet, nei suoi studi sulla gentrificazione, ha formalizzato la nozione di "capitale residenziale", mostrando come le strategie di scelta del luogo dove risiedere, nel caso dei gentrificatori, si siano trasformate, dagli anni Ottanta a oggi, da strategie di tipo compensatorio rispetto a carriere professionali insoddisfacenti in risorse per la propria vita lavorativa (2015). Il geografo Jacques Lévy lega l'idea di capitale spaziale non solo a fattori misurabili, come la riuscita professionale, ma anche al più generico diritto alla città. Con questo intende, riprendendo Henri Lefebvre, il diritto all'esperienza urbana, che è per lui un'esperienza fatta di densità e di eterogeneità sia in termini di funzioni che di persone. Nel libro scritto con Nicolas Fauchille e Ana Povoas, Jacques Lévy sostiene che la dispersione e la segregazione residenziale siano la negazione dell'accesso alla serendipità, all'intensità degli incontri fra estranei e alla copresenza di differenze (2018: 101), tutti motori di sviluppo tanto personale quanto sociale.

La correlazione, non solo fra il dove si abita, ma anche fra il come si abita e la propria posizione sociale sono l'oggetto di un altro tipo di studi, quelli

sull'arredamento e sui consumi domestici come indice di appartenenza a una data categoria socioprofessionale. Debitori dei metodi propri all'etnologia e allo stesso tempo dei metodi quantitativi, questi studi si esprimono in generale in una iniziale postura etnografica, che si sostanzia nella minuziosa descrizione del quadro materiale.

Alla descrizione etnografica fa seguito una successiva analisi del tipo di oggetti presenti e della loro disposizione, fatta utilizzando gli strumenti propri della statistica per esplicitare le relazioni che legano il gruppo sociale di appartenenza e gli stili di arredo. Pioniere in tal senso è stato il testo di Pierre Bourdieu *La Distinzione: Critica sociale del gusto* (1979). Con questo testo, il sociologo francese ha inteso mostrare come la percezione e le scelte estetiche non siano il frutto di disposizioni naturali, bensì di disposizioni sociali interiorizzate. L'arredamento è per Bourdieu la cristallizzazione dell'*habitus*, ossia l'espressione visibile e immediata di tre aspetti indissociabilmente legati fra loro che sono l'identità socioprofessionale degli individui, lo stile di vita e le pratiche di consumo. Negli anni Settanta, cui la ricerca si riferisce, è stato possibile individuare per le varie classi sociali i relativi gusti di arredo, che appaiono, per ciascun gruppo, piuttosto omogenei al loro interno.

Oggi la cosa non è più, come ha mostrato Bernard Lahire, così scontata (2004). Negli anni Novanta, il sociologo francese ha riprodotto la stessa ricerca di Bourdieu per scoprire che la relazione fra categoria socioprofessionale, stili di vita e pratiche di consumo è oggi meno chiara e più complessa. Pur conservando un'impostazione bourdieusiana, che non si interessa all'individuo in quanto attore ma alle strutture sociali che ne definiscono le attitudini e i comportamenti, Lahire ha mostrato che fenomeni quali la mobilità generalizzata e la moltiplicazione dei domini di socializzazione hanno rotto la rigida correlazione fra categoria socioprofessionale e comportamenti di consumo. Il paesaggio sociale è oggi molto più incerto e frammentato, sia perché è difficile ricondurre certi gusti a una certa categoria socioprofessionale, sia perché non c'è una coerenza interna fra le varie pratiche di consumo di uno stesso individuo, che si tratti di alimentazione, abbigliamento, arredamento, viaggi e così via. Questa lettura è in linea con una visione postmoderna dei consumi, che insiste sull'individualizzazione, si legga eterogeneizzazione, dei gusti e dei comportamenti di acquisto. Altri sociologi, come Paul de Beer, appaiono invece più cauti (2007). Paul De Beer sostiene che l'individualizzazione contemporanea risieda soprattutto negli input che portano ad aderire a un

determinato stile di vita più che negli output, che, pur nella loro maggiore frammentazione, continuano a rivelare una certa coerenza interna e una certa omogeneità.

#### 4. La casa nella prospettiva fenomenologica

La prospettiva fenomenologica fa da complemento alle correnti di ricerca che si riferiscono alla casa come tema di studio oggettivabile e quantificabile. Nella prospettiva fenomenologica, la casa è letta da un punto di vista dell'esperienza che ne fanno i soggetti, un'esperienza che è insieme sensoriale, affettivo-emozionale e cognitiva. Non si tratta dunque né della casa in senso strettamente fisico-spaziale, né della casa nel senso giuridico di residenza, ma al contrario del sentirsi a casa e delle pratiche di domesticazione dello spazio e del tempo messe in atto dai soggetti nei confronti dell'ambiente in cui vivono. Alla base di questo particolare filone di studi, ci sono i testi di fenomenologia ontologica di Martin Heidegger, di Maurice Merleau Ponty, di Emmanuel Lévinas, di Edmund Husserl e di Gaston Bachelard cui, a partire dagli anni Ottanta, i ricercatori in scienze sociali hanno attinto in modo molto eclettico e selettivo. È in riferimento a questi autori che, in scienze sociali, si inizia a fare un uso sostantivizzato del verbo *abitare* (Léger 1990), dove questo verbo ha un significato assimilabile a quello dell'*oikein* ellenistico. Quest'ultimo verbo racchiude in sé, e dunque mette in relazione, il triplice significato di abitare, di essere e di modo d'essere. Dalla fenomenologia ontologica prende il nome, in scienze sociali, tutta una corrente di studi nata in reazione alla disarticolazione tra forme abitative e contesto geografico specifica avvenuta con l'industrializzazione e la tecnologizzazione del processo edilizio.

Dal secondo dopoguerra, con la costruzione in massa di alloggi standardizzati, per morfologia, per estetica e per tecniche costruttive, è venuta meno l'influenza esercitata dalle condizioni ambientali e dalle risorse locali sulle forme abitative. Nello stesso momento in cui in architettura e urbanistica venivano mosse critiche al Movimento Moderno e, con esso, alla standardizzazione, in scienze sociali venivano formalizzate nozioni come quella di modello culturale (Raymond 1974). Attraverso questa nozione, sviluppata a partire da un'inchiesta qualitativa condotta in Francia sui modi di abitare propri dei periurbani (Raymond e Haumont 1966), è stata criticata l'idea che i bisogni legati alla

casa fossero puramente biologici e dunque universali. Al contrario, è stato mostrato come fossero prima di tutto culturali. Negli stessi anni, Pierre Bourdieu pubblica il suo celebre lavoro sulla casa cabila (1964).

Qui mostra come le rilocalizzazioni dei berberi d'Algeria in case moderne con tutti i confort, avvenute negli anni Sessanta in nome di una maggior efficienza e di un maggior controllo della popolazione, fossero divenuti un potente strumento di assimilazione culturale a usi e valori occidentali. Agendo sullo spazio, come mostra Bourdieu, i colonizzatori hanno generato un senso di spaesamento nei colonizzati, che nel nuovo sistema facevano fatica a identificarsi, perché la loro cultura si trasmetteva sostanziosamente nelle pratiche spaziali quotidiane.

Nell'approccio fenomenologico sono centrali nozioni come quella di appropriazione. Per appropriazione si intende l'insieme di attività fisiche e psichiche del soggetto per adattarsi e per rendere proprio qualcosa non tanto dal punto di vista del possesso quanto dal punto di vista morale, psicologico e affettivo. Quello di appropriazione è un processo di singolarizzazione e di elaborazione di un ambiente dotato di senso in cui potersi identificare (Palmade 1982). Il concetto di appropriazione deriva non solo dalla filosofia fenomenologica. Deriva anche dalle correnti micro-sociologiche, dagli studi antropologici e da quello che viene definito lo *spatial turn* delle scienze sociali. Questa nuova attenzione per lo spazio, emersa a cavallo fra gli anni Sessanta e Settanta, ha messo al centro dei processi sociali la dimensione spaziale. In particolare, negli studi sociologici sulla casa, sono confluite le riflessioni di Michel Foucault, che mettono l'accento sulla dimensione coercitiva interiorizzata degli spazi. Sono confluite anche le riflessioni di Henri Lefebvre e di Michel De Certeau, che si sono interessati alle pratiche di soggettivazione e alle tattiche ordinarie di appropriazione e di produzione dello spazio. Sulla scia di questi autori, il concetto di appropriazione si è tradotto, nell'ambito della pratica architettonica, in una nuova attenzione per gli abitanti e in quella che potremmo definire una postura etnografica. È stato questo nuovo tipo di sensibilità architettonica il maggior apporto dell'insegnamento delle scienze sociali nelle facoltà di architettura. Un insegnamento che ha fatto il suo debutto in Francia dal 1968.

Distaccatasi in parte dai testi filosofici che originariamente l'anno ispirata e dai motivi che ne hanno segnato lo sviluppo, la prospettiva fenomenologica si confronta oggi con temi come la globalizzazione, le migrazioni e le mobilità generalizzate, la metropolizzazione e le questioni ambientali. La letteratura in materia è estremamente ampia e variegata, pur avendo sempre come centro la

casa in senso fenomenologico e, più in generale, *l'abitare* inteso come maniera di essere al mondo, ovvero di costruirsi attraverso il mondo e di costruirlo (Lazzarotti e Frelat-Kahn 2012). Nel contesto contemporaneo marcato da nuove incertezze e nuove forme di precarietà, Marita Rampazi (2014) analizza l'esperienza dell'abitare muovendo dall'idea di *sicurezza ontologica* di Anthony Giddens. Per sicurezza ontologica si intende quel senso di affidabilità nelle persone e nelle cose che conferisce una coerenza emozionale e cognitiva all'esperienza individuale e che permette di inscrivere la propria vita in una cornice di senso (Giddens 1991: 35-42). Per Marita Rampazi, l'epoca contemporanea si caratterizza per una difficoltà di collocarsi e di definire il senso della propria presenza nel mondo. Tale difficoltà è dovuta all'insieme di fenomeni di larga portata legati alla globalizzazione. Fra questi ci sono la destrutturazione degli assetti politici novecenteschi, la de-territorializzazione delle relazioni e la destrutturazione spazio-temporale dei percorsi biografici. Alla difficoltà ontologica di collocarsi nel mondo, di cui risentono soprattutto le nuove generazioni, corrisponde, da parte delle scienze sociali, un interrogativo del tutto inedito: cosa e dove è la nostra casa? È nelle pratiche quotidiane che per Marita Rampazi si stanno costruendo nuove cornici di senso che ridefiniscono l'esperienza dell'abitare.

Le dinamiche sociali di grande portata, come il ruolo sempre più centrale assunto dalla mobilità geografica, dalla flessibilità, dalla temporaneità e dall'iper-possibilità di scelta risuonano nei vissuti quotidiani e perfino negli oggetti più banali. Risuonano anche nell'affermarsi di nuove icone, o, come le chiamerebbe Roland Barthes, di nuovi *miti d'oggi* (1957). Uno di questi miti è il mobile Ikea, che è espressione di vissuti domestici dominati dall'idea, almeno simbolica, di instabilità sia nel tempo che nello spazio. Questo tipo di mobile low-cost ha conquistato in Italia i gruppi sociali giovani e metropolitani dal capitale culturale tendenzialmente elevato grazie al suo costo ridotto combinato con un'estetica neutra, ovvero poco connotata, e con dei valori positivi tradizionalmente associati al Nord Europa. Le logiche che ne sottendono l'acquisto mostrano come questo mobile sia espressione di stili di vita incentrati su esperienze extradomestiche e su consumi immediati più che su logiche di tesaurizzazione e di accumulo. Il fatto che questo mobile si presti a essere sostituito più facilmente fa sì che questo sia espressione di identità sociali in costante reinvenzione, dove la capacità di reinventarsi si costruisce e si esprime attraverso la continua ristrutturazione dell'arredo domestico. Per finire, questo

tipo di mobile, per come è manipolato, è espressione dell'affermarsi di nuove grammatiche del gusto, incentrate più che sul valore economico dell'oggetto sull'esibizione enfatica di una sua appropriazione "creativa" (Sartoretti 2016).

## 5. Casi Studio: le analisi socio-architettrali

Un filone di studi particolarmente fecondo è quello delle analisi socio-architettrali. Sviluppatisi con l'insegnamento della sociologia nelle scuole di architettura, questo particolare tipo di studi è stato inaugurato da *Pessac di Le Corbusier* di Philippe Boudon (1968). Il sociologo francese ha analizzato, quarant'anni dopo la sua realizzazione, il quartiere Frugès di Pessac, che si trova nella periferia di Bordeaux. Disegnato nel 1927 da Le Corbusier e finanziato dall'industriale Frugès, il quartiere si compone di case individuali. Particolarità di queste case sono lo stile modulare, dovuto alla prefabbricazione, e il linguaggio astratto proprio del Movimento Moderno. Interviste in profondità e osservazioni etnografiche hanno permesso a Philippe Boudon di legare la dimensione fisica delle case analizzate alle pratiche dello spazio, alle percezioni e alle rappresentazioni che ne avevano gli abitanti. Questi ultimi hanno, negli anni e nella maggior parte dei casi, completamente trasformato il loro alloggio. Hanno per esempio tamponato le lunghe finestre a nastro tipiche del linguaggio architettonico di Le Corbusier oppure aggiunto tetti a spiovente in sostituzione degli originari tetti piani. Grazie a una spiccata cultura dell'autocostruzione, propria alla classe operaia del quartiere, gli abitanti hanno completamente cambiato volto alle loro case. In una prima edizione dello studio, le trasformazioni radicali operate dagli abitanti sono state interpretate da Philippe Boudon come un insuccesso del progetto di Le Corbusier. Nella seconda edizione ampliata e rivista, uscita in Francia negli anni Ottanta, al contrario, è stato sottolineato come proprio il linguaggio semplice utilizzato da Le Corbusier abbia permesso una completa riappropriazione da parte degli abitanti, che hanno potuto facilmente rendere vernacolare lo stile moderno delle loro case affinché corrispondesse loro.

Inserendosi nella tradizione delle analisi socio-spaziali, Filippo De Pieri e colleghi hanno recentemente condotto uno studio interdisciplinare per comprendere come 23 edifici, costruiti all'epoca dell'Italia del boom economico, fossero abitati oggi (2013). Incrociando la storia dell'architettura e quella ur-

bana con il mosaico di storie di vita narrate dagli abitanti, gli autori dello studio hanno mostrato come le culture dell'abitare siano evolute a livello istituzionale, architettonico e delle pratiche quotidiane. Ricordi individuali, miti collettivi, ideologie dell'abitare e pratiche diffuse come quella dei micro-abusi edilizi permettono di ricostruire le molteplici voci che, come in un mosaico, danno vita alla cultura italiana della casa.

In generale, lo scopo delle analisi socio-architettoniche, come quella pionieristica condotta da Boudon, è di comprendere i modi di vita degli abitanti per metterli in relazione con la dimensione spaziale e capire in che misura questa li favorisce, li aiuta ad emergere oppure, al contrario, ne impedisce l'espressione. Altro obiettivo è quello di capire in profondità le attese degli abitanti, oltre a quello di coglierne le competenze, ossia la capacità di trasformare lo spazio per adattarlo alle proprie necessità. La diffusione di questo tipo di analisi, sia in fase preliminare al progetto che in fase post-occupazionale, ha contribuito a un cambio di visione circa il ruolo dell'architetto. Annullando la distanza fra l' "esperto" e colui che non lo è, viene decostruita l'immagine dell'architetto come pedagogo e quella dell'architetto come demiurgo. Si tratta di due immagini molto forti, profondamente radicate sin dalle prime sperimentazioni di alloggio sociale condotte sul finire dell'Ottocento. La decostruzione di queste due immagini trova riscontro in pratiche come la progettazione partecipata, all'interno della quale l'architetto assume il ruolo di mediatore fra esigenze spesso conflittuali. Si traduce anche nell'integrazione, sin dalla fase progettuale, di un'idea dell'architettura come processo sempre in *feri*, più che come concezione di un oggetto finito. All'interno di questo processo, l'architetto accetta di diluire la propria autorialità all'interno di un'opera che è aperta, in co-costruzione costante. Questa tendenza conta oggi personalità, come l'architetto Patrick Bouchain, e iniziative, come il *Rural Studio*, altamente mediatiche. Il primo è diventato una sorta di star dell'architettura partecipativa, con all'attivo libri e progetti sperimentali che hanno avuto molta risonanza internazionale. La seconda è un workshop organizzato dall'Università di Auburn in Arizona. Durante il workshop gli studenti della scuola di architettura devono progettare e costruire, in un tempo limitato e utilizzando materiali di recupero, delle case popolari individuali per abitanti del luogo che si trovano in situazione economica di difficoltà e senza un alloggio. Le case nascono da una collaborazione stretta, nella fase di progetto e di realizzazione, fra gli studenti e gli abitanti interessati.

Le analisi socio-architettoniche hanno infine rimesso in discussione l'idea che esista un determinismo spaziale. È vero che l'architettura agisce variabilmente come dispositivo, nel senso foucaultiano del termine, o come invito, a seconda del punto di vista con cui la si guarda, favorendo certi comportamenti piuttosto che altri. Ma è anche vero che la visione spazializzante, che vede nel progetto architettonico e urbano la panacea di tutti i mali sociali, va ridimensionata in favore di una visione più complessa e articolata della realtà.

## Bibliografia

- Ariès P. e Duby G. (a cura di) (1985-87), *La vita privata, voll. I-V*, Roma-Bari, Laterza.
- Barthes R. (1957), *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi.
- Boudon Ph. (1968), *Pessac di Le Corbusier*, Milano, Franco Angeli.
- Bourdieu P. (1970), "La maison kabyle ou le monde renversé", in J. Pouillon et P. Maranda, *Echanges et communication. Mélanges offerts à Claude Lévi-Strauss, II*, La Haye-Parigi, Mouton, pp. 739-758.
- Bourdieu P. (1979), *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino.
- Collet A. (2015), *Rester bourgeois. Les quartiers populaires, nouveaux chantiers de la distinction*, Parigi, La Découverte.
- De Beer P. (2007), "How Individualised are the Dutch?", *Current Sociology*, 55 (3), pp. 389-413.
- De Pieri F., Bonomo B., Caramellino G. e Zanfi F. (a cura di) (2013), *Storie di case. Abitare l'Italia del boom*, Roma, Donzelli.
- Eleb M. e Bendimérad S. (2018), *Ensemble et séparément. Des lieux pour cohabiter*, Bruxelles, Madraga.
- Eleb M. e Debarre-Blanchard A. (1989), *Architectures de la vie privée, maisons et mentalités XVII-XIX siècles*, Paris, Archives de l'Architecture Moderne.
- Eleb M. e Simon, P. (2013), *Entre confort désir et normes : le logement contemporain 1995-2012*, Bruxelles, Madraga.
- Elias N. (1969), *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino.
- Fijalkow Y. (2011), *Sociologie du logement*, Parigi, La Découverte.
- Giddens A. (1991), *Identità e società moderna*, Napoli, Ipermedium.
- Hayden D. (2002), *Redesigning the American Dream: Gender, Housing, and Family Life*, New York, W. W. Norton.



- Lahire B. (2004), *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Parigi, La Découverte.
- Laurent R. e Marpsat M. (1997), “Le chômage des jeunes est-il aggravé par l'appartenance à un quartier en difficulté?” in *En marge de la ville, au cœur de la société : ces quartiers dont on parle*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.
- Lazarrotti O. e Frelat-Kahn B. (a cura di) (2012), *Habiter: vers un nouveau concept*, Parigi, Armand Colin.
- Léger J. M. (1990), *Derniers domiciles connus. Enquête sur les nouveaux logements 1970-1990*, Parigi, Créaphis.
- Lévy J., Fauchille, N. e Povoas, A. (2018), *Théorie de la justice spatiale. Géographies du juste et de l'injuste*, Parigi, Odile Jacob.
- Palmade J. (1982), *Système symbolique et idéologique de l'habiter*, Tesi (Dottorato), Université Toulouse-Le Mirail.
- Rampazi M. (2014), *Un posto da abitare. Dalla casa della tradizione all'incertezza dello spazio-tempo globale*, Milano, LED.
- Raymond H., Raymond M.G., Haumont A. e Haumont N. (1966), *L'habitat pavillonnaire*, Parigi, CRU.
- Raymond H. (1974), “Habitat, modèles culturels et architecture”, *Architecture d'aujourd'hui*, 174, pp. 50-53.
- Savage M., Bagnall G. e Longhurst B. (2005), *Globalization and Belonging*, London, Sage.
- Sarti R. (1999), *Vita di casa: abitare, mangiare, vestire nell'Europa moderna*, Roma-Bari, Laterza.
- Sartoretti I. (2016), “Mobile Ikea e vissuti domestici contemporanei. Analisi micrologica di fenomeni globali”, *Sociologia Italiana-AIS Journal of Sociology*, 7/2016, pp. 71-92.
- Segaud M., Brun J. e Driant J.-C. (2003), *Dictionnaire critique de l'habitat et du logement*, Parigi, Armand Colin.
- Segaud M. (2007), *Anthropologie de l'espace: habiter, fonder, distribuer, transformer*, Parigi, Armand Colin.
- Taylor C. (1989), *Radici dell'Io*, Milano, Feltrinelli.

# C I centri commerciali ieri, oggi e domani

di Ariela Mortara<sup>1</sup>

I centri commerciali hanno avuto negli anni molte trasformazioni: funzionali, architettoniche e logistiche. Nati all'inizio del secolo scorso negli Stati Uniti per soddisfare le crescenti necessità della classe media, si sono poi diffusi nei decenni seguenti in tutta Europa vivendo un periodo di grande fulgore fino all'abbattersi della crisi economica. Negli ultimi decenni, il modello classico di centro commerciale si è trasformato per andare incontro alle esigenze di consumatori sempre più esigenti, alla ricerca di esperienze più che di prodotti a buon prezzo, diventando anche un luogo di aggregazione sociale. Le ultime trasformazioni, tuttora in atto, vedono nuove formule integrate nel tessuto urbano, che fanno presupporre ulteriori sviluppi futuri.

*Over the years, shopping centers have undergone functional, logistic, and architectural transformations. They are born at the beginning of the last century in the United States to meet the growing needs of the middle class spreading in the following decades throughout Europe. In recent decades, the classic model of a shopping center has been transformed to meet the needs of ever more demanding consumers looking for experiences rather than cheap products, also becoming a place for social gatherings. The latest transformations, still in progress, see new formulas integrated into the urban fabric, which suggest further future developments.*

## 1. Definizione e storia

Il D.Lgs. 31 marzo 1998 n.114 che disciplina la materia del commercio definisce il centro commerciale come «una media o grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Ai fini del presente decreto per superficie di vendita di un

<sup>1</sup> Ariela Mortara è docente di Sociologia dei Consumi e di Ricerche di Mercato e Etnografia Culturale presso l'Università IULM. Ha insegnato Comunicazione Aziendale presso l'università di Trento e Economia e Tecnica della Pubblicità presso l'Università degli Studi di Milano. Ha al suo attivo diverse ricerche sui temi del consumo e della comunicazione e varie pubblicazioni nazionali e internazionali.

centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti».

Il centro commerciale, tipicamente, raccoglie sotto lo stesso tetto attività diverse che vanno da quelle commerciali (grandi superfici come l'ipermercato attorno a cui il centro commerciale è costruito, grandi/medie superfici specializzate come le catene di elettronica o di bricolage, negozi generalmente appartenenti a franchising della *fast fashion* o del *beauty*), alle attività di ristorazione (ristoranti, catene di fast food), servizi (agenzie viaggi, lavanderie, calzolai, centri di estetica e, in tempi più recenti, uffici postali, sedi distaccate dei comuni, centri medici), attività di intrattenimento (sale cinematografiche e/o teatrali, allestimenti di mostre).

Sono gli Stati Uniti il paese in cui nasce e si sviluppa il centro commerciale, dopo la seconda rivoluzione industriale, nei primi decenni del XX secolo; il primo shopping center, Market Square (Ritzer 2005), inaugurato nel 1916, viene progettato dall'architetto Arthur Aldis nel sobborgo di Lake Forest, nell'area metropolitana di Chicago. Nello stesso anno, viene inaugurato il Lake View Store a Morgan Park, un quartiere di Duluth in Minnesota, una struttura su due piani situata però, come i mercati e i bazar che costituiscono i progenitori dei centri commerciali, ancora nel centro cittadino. Occorre aspettare qualche decennio, tra la fine degli anni '50 e la fine degli anni '60 (White e Gray 1996), sempre negli Stati Uniti, per la diffusione di centri commerciali analoghi a quelli contemporanei, ovvero collocati in zone più periferiche rispetto al centro cittadino: è il caso dei quattro *mall* aperti nella periferia di Detroit (Michigan), e nominati secondo i quattro punti cardinali: Northland, Eastland, Westland e Southland Center, quest'ultimo interamente coperto (Bellintani 2010).

Negli stessi anni '50, il centro commerciale arrivò anche nel Nord Europa, in Svezia, e nel ventennio successivo si ebbero le prime aperture in Gran Bretagna e in Francia seguite da Spagna e Germania (Delic e Knezevic 2014). In Italia, occorre attendere il 1971 per la prima apertura a Bologna seguita, nel 1974, dal primo centro commerciale lombardo a Cinisello Balsamo. Nel 1977, fece scalpore l'apertura del Pratilia Shopping Center a Prato, uno dei primi e più grandi centri commerciali costruito attorno a una Standa e dotato di un avveniristico, per l'epoca, parcheggio sotterraneo (TV Prato 2014). Gli anni '80 vedono la diffusione della nuova formula distributiva a tutte le regioni italiane,

con un proliferare di strutture costruite secondo il modello francese, ovvero attorno a un ipermercato.

In quegli anni, la galleria commerciale che accompagnava l'ipermercato accoglieva prevalentemente attività complementari e di servizio quali edicole, calzolai, sportelli bancari e agenzie viaggio. Sia negli Stati Uniti sia in Europa, lo sviluppo delle nuove strutture distributive andò di pari passo con lo sviluppo economico dei Paesi e con l'aumento del reddito dei consumatori, tanto che è solo con la caduta del muro di Berlino nel 1989 che i centri commerciali cominciarono a diffondersi nei Paesi dell'Est, in Russia e in Cina.

Dopo un periodo di grande sviluppo negli anni tra il 2005 e il 2008, la crisi economica, scoppiata a partire dal 2008, ha avuto un notevole impatto anche nel limitare le aperture di nuovi centri commerciali. In Italia, dai 924 del 2014 (Pacifico 2014) si scende ai 792 del 2018 (Dezza 2018), di cui solo il 6% ha una superficie maggiore di 80.000 mq, mentre il 40% delle strutture sono sotto i 20.000 mq. La ripresa economica degli ultimi anni fa invece prevedere l'apertura di altri 16 *mall* entro il 2021, nonostante le restrizioni che alcune regioni, come il Trentino, abbiano recentemente posto alle aperture di grandi piattaforme monofunzionali con superficie superiore ai 10.000 mq (L'Adige 2017). Tale restrizione ha l'obiettivo sia di rilanciare i negozi presenti nei centri storici, sia di contenere e ridurre le emissioni inquinanti nonché l'inquinamento acustico derivanti dal traffico stradale che inevitabilmente si crea attorno ad un centro commerciale.

## 2. Caratteristiche architettoniche

I centri commerciali si sviluppano, tradizionalmente, attorno a un'insegna forte che rappresenta la maggiore attrazione per la clientela, solitamente un supermercato di grandi dimensioni, quello che oggi viene definito un ipermercato. Essi hanno, dal punto di vista architettonico, delle caratteristiche precise che li differenziano da altre forme di *retailer*. Secondo Beyard e O'Mara (2006), la maggior parte dei *mall* è costruita attorno a un tema, comune a tutto l'edificio, al cui interno vengono declinati gli spazi dei diversi occupanti. Il sito deve essere adeguato rispetto alle attività che ospita, in una posizione facilmente accessibile, con ingressi e uscite adatti. Deve essere dotato di un parcheggio sufficientemente ampio per soddisfare le richieste dei visitatori e rendersi fru-

ibile facilmente anche dai fornitori; illuminazione, indicazioni e attenzione al paesaggio in generale sono necessari per rendere il centro commerciale un ambiente sicuro e in grado di garantire un'attività di shopping piacevole.

In tempi più recenti, si sono affermati dei centri commerciali tematici che si rivolgono a target specifici di utenti, la cui attrazione principale, invece di essere un supermercato, è costituita da un cinema multisala o da un altro luogo di intrattenimento (ne è un esempio il Bicocca Village inaugurato a Milano nel 2005 che si definisce *entertainment center*), una palestra o un centro benessere. Si tratta di strutture definite anche *leisure based*, particolarmente diffuse in paesi come Gran Bretagna, Irlanda, Canada e Australia (Bloch *et al.* 1991).

Secondo alcuni autori (Sikos 2009), anche i *Factory Outlet Center*, evoluzione tipologica dei tradizionali spacci aziendali, possono essere considerati, dal punto di vista della logistica, analoghi ai centri commerciali integrati. Al loro interno, i negozi, che coprono svariate categorie merceologiche (abbigliamento, accessori, casalinghi, complementi d'arredo, ecc.) sono gestiti direttamente dai brand che solitamente offrono, a un prezzo scontato, le collezioni dell'anno precedente. L'elemento di attrazione è caratterizzato dai marchi più prestigiosi che spesso non attuano politiche di scontistica all'interno dei loro negozi monomarca. I *factory outlet center*, localizzati nei pressi delle uscite autostradali, sono diventati negli anni anche una importante attrazione turistica.

All'interno, i centri commerciali sono spesso costruiti come un centro cittadino, una piazza centrale (che negli ultimi anni si è trasformata in una *food court* ospitando spesso punti di ristoro delle varie catene ristorative, *fast food* e non) da cui si dipartono le strade che ospitano i negozi.

Secondo George Ritzer (2005: 7-8) i centri commerciali, come gli altri mezzi di consumo (parchi a tema, i casino di Las Vegas, le crociere, le catene di ristorazione tematizzate), sono costruiti in modo tale da attirare orde di visitatori richiamati da un ambiente magico, fantastico e che li induce a consumare. Si tratta di vere cattedrali del consumo che, al pari delle chiese, offrono bilanciamento, simmetria e ordine. All'interno dei *mall*, i visitatori praticano la loro "religione dei consumi", partecipando a pranzi cerimoniali e mantenendo il contatto con la natura attraverso le piante e le fontane che spesso decorano la piazza. L'autore sostiene che, esattamente come le cattedrali religiose, le cattedrali del consumo non offrono solamente un mondo incantato, ma sono anche altamente razionalizzate, perché la magia che donano deve essere facilmente replicabile in modo da soddisfare un numero sempre crescente di persone.

Rispetto a quanto avviene all'interno di altri mezzi di consumo – si pensi ai parchi a tema – per i *mall* è tuttavia più difficile mettere in atto strategie di incanto e di reincanto, ma l'assenza di finestre, l'attenzione all'illuminazione, la tematizzazione ricorrente legata a particolari periodi dell'anno (Epifania, San Valentino, Carnevale, Pasqua, Estate, *Back to School*, Halloween, Natale) sono degli utili alleati per creare quell'atmosfera che consente di far perdere al visitatore/consumatore la nozione dello spazio e del tempo.

Negli ultimi anni, i centri commerciali sono però cambiati, rinunciando in parte al modello “*big box*” (Merriam 2004), al cui interno succedono cose meravigliose, e puntando invece a una maggiore interazione con il territorio circostante: il soffitto si fa quindi trasparente per fare entrare la luce naturale e far percepire il passaggio del tempo, le forme si fanno più articolate e le pareti della *food court* sono di vetro per permettere la vista verso l'esterno (anche se spesso si tratta di un parcheggio). I nuovi *mall* si sono quindi trasformati in edifici dal design sofisticato spesso su più piani, con ascensori panoramici e scaloni maestosi che li collegano (Donovan e Rossiter 1982, Gregorson 1988, Stockil 1972).

### 3. Funzioni sociali e trasformazioni

L'obiettivo primario del centro commerciale è quello di attrarre il maggior numero di visitatori in maniera tale da consentire ai negozi che lo compongono di vendere i loro prodotti e servizi. Nei decenni passati, i centri commerciali hanno cercato di rendersi sempre più appetibili agli occhi dei potenziali clienti attraverso un mix di strategie, fra cui anche quelle promozionali. I grandi ipermercati, in particolare, che sono spesso il perno attorno a cui si concentra il *mall*, utilizzano spesso questa leva per attrarre clientela. Cosicché i centri commerciali hanno finito per sostituirsi ai centri cittadini come punto di incontro sociale ed economico (Corniani 2011). Infatti, se, tradizionalmente, i *mall* attiravano i consumatori promettendo loro di trovare in un unico posto un vasto assortimento di merci e di negozi, negli anni l'offerta si è ampliata includendo sempre più attività con una forte inclinazione verso *l'entertainment*, come sale gioco, sale cinematografiche, teatri, attività culturali e una vasta scelta di possibilità ristorative. L'offerta gastronomica, in particolare, si rivela importante perché, da un lato, garantisce una spinta alle vendite per

metro quadro del centro commerciale, visto che non servono ampie metrature per vendere grandi quantità di prodotti (LeHew e Fairhurst 2000), dall'altro, allunga la permanenza della clientela offrendo la possibilità di bere qualcosa e di riposarsi.

Questa trasformazione ha reso i centri commerciali dei luoghi di incontro, in particolare per giovani (Matthews *et al.* 2000, Vanderbeck e Johnson 2000) e anziani (Rousseau e Venter 2014) attirati non solo dalla possibilità di fare shopping, ma soprattutto dalle attività collaterali come mostre, campagne di screening per disturbi specifici, esposizioni d'auto e musica dal vivo (Christman 1988).

Lo *shopping mall* si è quindi progressivamente trasformato da aggregato commerciale frequentato in cerca di convenienza e risparmio, a luogo di intrattenimento, divertimento (Napolitano *et al.* 2003) e socializzazione, che ben si adatta alle nuove esigenze dei consumatori sempre più in cerca di esperienze (Carù e Cova 2007). Come evidenziato da Wilson *et al.* (2015), la maggiore soddisfazione che si ricava dall'attività di shopping consiste nell'opportunità di ricevere delle stimolazioni sensoriali dall'ambiente del punto vendita e dalla possibilità di godere di interazioni sociali e attività al di fuori delle mura domestiche.

La dimensione ludica sembra quindi essere diventata la leva di maggiore attrazione del centro commerciale, dato che viene frequentato sempre più nelle sue aree *leisure* e di intrattenimento (Napolitano *et al.* 2003), che ben si prestano a intrattenere potenziali clienti in cerca di attività con cui impiegare il tempo libero (Savelli 2013).

In questo senso, la letteratura (Bloch *et al.* 1994) è concorde nel ritenere il West Edmonton Mall, nell'Alberta in Canada, come il *benchmark* più accreditato per l'evoluzione in chiave esperienziale del centro commerciale che, già agli inizi degli anni '90, era una delle maggiori destinazioni turistiche del paese.

Bloch *et al.* (1994) sostengono che il nuovo centro commerciale possa essere definito come un *habitat* per i consumatori, un luogo fisicamente circoscritto all'interno del quale si trovano individui che sono portati a trascorrervi periodi di tempo sempre più lunghi. E, proprio come un *habitat*, i frequentatori dei centri commerciali appartengono a tipologie diverse: gli acquirenti veri e propri (con la lista della spesa), quelli che li frequentano perché amano fare shopping, quelli che invece vanno solo per curiosare e poi, i frequentatori che

utilizzano le gallerie climatizzate per sottrarsi ai rigori dell'inverno o alla calura estiva.

#### 4. Nuovi trend di sviluppo

Se i *mega mall* si sono sviluppati negli anni a discapito dei centri urbani provocando la progressiva chiusura di attività di piccoli commercianti, a cui hanno fortemente contribuito anche la diffusione delle filiali di catene nazionali e internazionali e di franchising della moda *low cost* (Zara, H&M, Mango, solo per citarne alcune), nell'ultimo decennio si sta affermando il concetto di **centro commerciale naturale** che, «attraverso la valorizzazione degli spazi urbanistici di socializzazione e grazie alla promozione coordinata dell'offerta commerciale e culturale ... crea[no] concrete alternative alla grande distribuzione organizzata» (Nicosia 2009: 384). Nell'ottica di rivitalizzare i centri storici, si mettono spesso in atto delle partnership tra pubblico e privato, inizialmente con l'intento di risolvere problemi legati alla sicurezza, al rispetto dell'ambiente e per implementare attività di marketing territoriale, che rendono possibile trasformare il centro storico in un volano dello sviluppo di tutta la città (Cirelli e Nicosia 2013, Paparelli e Del Duca 2010). I centri commerciali naturali si presentano come dei «veri e propri centri commerciali integrati, dove i commercianti per competere con la grande distribuzione moderna, hanno cercato di specializzarsi in ciò in cui presentavano delle lacune, per soddisfare i bisogni e le particolari esigenze dei consumatori moderni» (Cirelli e Nicosia 2013: 210). Sono molti ormai i centri cittadini italiani in cui i commercianti hanno compreso la necessità di attuare delle politiche basate sulla cooperazione e la collaborazione, si pensi a Verona, Firenze, Milano, Parma, Cesena, ma anche a Catania e Siracusa (Cirelli e Nicosia 2013).

Sempre nella direzione della rivitalizzazione dei centri storici si muove il progetto di **outlet diffuso** che si pone come alternativa alla formula dell'*outlet center* tradizionale. Mutuando l'aggettivo "diffuso" dall'ambito turistico – in cui viene utilizzato per indicare la valorizzazione di strutture preesistenti come alloggi turistici, invece di costruirne di nuove, sfruttando in tal modo le risorse del territorio e facendo vivere al visitatore un'esperienza più autentica – l'outlet diffuso valorizza «l'estensione spaziale degli esercizi commerciali sul piano "orizzontale" e non uno sviluppo strutturale in senso "verticale" come potreb-



be essere quello tipico dei centri commerciali, dove lo shopping è concentrato in un unico luogo» (Staff Risposte Turismo 2017). Anche in questo caso, il recupero della città, o del borgo storico, avviene attraverso nuovi esercizi commerciali che occupano strutture preesistenti e consentono ai consumatori di vivere a contatto con i residenti e la cultura locale. L'idea è quella di recuperare e valorizzare i centri storici di città o borghi di interesse artistico e architettonico, ed evitare così di dover costruire nuovi edifici. Proprio in quest'ottica si pone il progetto dell'outlet diffuso di Biella, che si ispira a esperienze analoghe, implementate in Germania, come quella del centro storico della città termale di Bad Münstereifel, nella quale è stato sviluppato un *inner city outlet*, o quella del *city outlet* di Metzingen.

Le attività di riqualificazione urbana, che hanno apportato radicali modifiche in molte città europee, hanno comportato anche la nascita di quelli che vengono definiti **centri commerciali di tipo urbano**. Come già avvenuto in Francia, Regno Unito ed Europa Centrale, anche Milano ha aperto il suo *shopping district*, al centro del quartiere di City Life, inaugurato il 30 novembre 2017 all'ombra dei grattacieli di design opera di Zaha Hadid, Daniel Libeskind e Arata Isozaki (Linkiesta 2017). In parte sotterraneo, il centro commerciale ospita, come i *mall* più attuali, oltre ai negozi appartenenti alle più importanti catene, una *food court* con un'offerta gastronomica molto diversificata e gourmet (spiccano per la loro assenza le catene fast food globalizzate, sostituite dai più fashion distributori di street food), molte attività che offrono servizi – come centri estetici e medici – e un piccolo (come superficie) supermercato (Carrefour Market) anch'esso votato a offrire una selezione di prodotti adatti a ricercati buongustai. Il *City Life Shopping District* risponde a una delle tendenze più attuali del *retail*: l'integrazione della struttura commerciale con il tessuto urbano, la compresenza di attività commerciali con spazi residenziali e direzionali, il tutto ravvivato da un parco e dalla possibilità di essere raggiunto con i mezzi pubblici.

Il centro commerciale urbano non esiste solo a Milano, anche Verona, Roma e Bolzano stanno percorrendo strade analoghe.

Qualche mese prima di City Life, il 30 marzo 2017, era stato inaugurato a Verona Adigeo, definito, con i suoi 130 negozi di brand anche internazionali, la nuova arena dello shopping veronese (<https://www.adigeo.com>). Lo shopping center rientra in un vasto progetto di valorizzazione del quartiere a sud di Verona.

A Roma, il Centro Commerciale Aura ha aperto i battenti il 20 aprile 2018 e si definisce “un luogo di relax e shopping, una location tutta nuova, illuminata da luce naturale e facilmente raggiungibile in metro, a piedi, in bicicletta e con un grande parcheggio auto” (<https://www.centrocommercialeaura.it>). Il centro è situato nel cuore di Roma, a 500 metri dalle mura di Città del Vaticano. Contiene 60 negozi, un ipermercato, una Palestra Virgin, un Mondadori Bookstore e 15 tra bar e ristoranti (anche fast food)

Il modello milanese sarà seguito anche da Bolzano con lo sviluppo del nuovo quartiere WaltherPark che sorgerà nella zona tra la stazione e piazza Walther, centro storico della città e sede del famoso Mercatino di Natale. David Chipperfield è l'archistar responsabile del progetto che integrerà negozi, appartamenti, un albergo, uffici e spazi pubblici (della Provincia Autonoma di Bolzano), un centro anziani, una sala convegni e una serie di strutture dedicate ai giovani e al tempo libero (<https://waltherpark.com>).

## 5. Conclusioni

Figlio del benessere e della cresciuta possibilità di consumare del ceto medio statunitense, il centro commerciale, nella sua vita poco più che centenaria, ha subito radicali trasformazioni. Da luogo frequentato per comodità e per ragioni prettamente legate al risparmio, a spazio incantato in cui i consumatori vagano storditi dalle luci artificiali e dalla cornucopia di merci – individui solitari spinti solo dalla volontà di consumare – un nonluogo (Augé 2009) incapace quindi di essere identitario, relazionale e storico, a centro di ritrovo per anziani e giovani che se ne riappropriano, elevandolo quindi allo status di luogo, dove si può esprimere socialità, incontrare gli amici e praticare con loro attività ricreative.

Questa trasformazione funzionale si accompagna anche ad un cambiamento nella collocazione spaziale. Se i primi centri commerciali – come i mercati coperti e i suk loro progenitori – sorgevano nelle zone centrali delle città, la diffusione dei mezzi di trasporto privati, e la necessità di poter avere delle superfici di vendita più ampie, ha portato alla costruzione di centri commerciali prima alle porte della città, poi sempre più in zone periferiche, facilmente raggiungibili seguendo le arterie di grande traffico (si pensi all'evoluzione rappresentata dai *Factory Outlet Center*). Negli ultimi anni, però, come si è visto,

i nuovi *shopping center*, collocati in zone urbane, tornano a ridosso del centro cittadino e testimoniano l'impegno di enti pubblici e società private nella riqualificazione di zone che spesso documentano il recente passato della città, come accade a Milano per il quartiere Portello precedentemente occupato dagli storici edifici della Fiera.

## Bibliografia

- Augé M. (2009), *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Milano, Elèuthera.
- Bellintani S. (2010), *Il mercato immobiliare dei centri commerciali. Asset, Property e Facility management nella Grande Distribuzione*, Milano, Franco Angeli.
- Beyard M. e O'Mara W. P. (2006), *Shopping Center Development Handbook*, Third Edition, Washington, D.C, Urban Land Institute.
- Bloch P. H., Ridgway N. M. e Dawson S. A. (1994), "The shopping mall as consumer habitat", *Journal of Retailing*, 70 (1), pp. 23-42.
- Bloch P. H., Ridgway N. M. e Nelson J. E. (1991), "Leisure and the shopping mall", *ACR North American Advances*.
- Carù A. e Cova B. (a cura di) (2007), *Consuming experience*, London, Routledge.
- Christman E. (1988), "Mixing Entertainment, Retail", *Shopping Centers Today*, 1, pp. 4-5.
- Cirelli C. e Nicosia E. (2013), "Il Centro Storico, Centro Commerciale Naturale", in Scanu G. (a cura di), *Paesaggi ambienti culture economia. La Sardegna nel mondo mediterraneo*, Bologna, Pàtron Editore, pp. 201-218.
- Corniani M. (2011), "Shopping Centers and Intangible Consumption in Global Cities", *Symphony, Emerging Issues in Management*, 1, pp. 41-54.
- Delic M. e Knezevic B. (2014), "Development of Shopping Centers in Central and Southeastern Europe", in Katalinic B. (a cura di), *DAAAM International Scientific Book 2014*, Vienna, DAAAM International Vienna, pp. 471-484.
- Dezza P. (2018), "Entro il 2021 in Italia 16 nuovi centri commerciali", *Il Sole 24 Ore*, [https://www.ilsole24ore.com/art/casa/2018-05-23/entro-2021-italia-16-nuovi-centri-commerciali-191627.shtml?uuid=AEoGLtrE&refresh\\_ce=1](https://www.ilsole24ore.com/art/casa/2018-05-23/entro-2021-italia-16-nuovi-centri-commerciali-191627.shtml?uuid=AEoGLtrE&refresh_ce=1).
- Donovan R. J. e Rossiter J. R. (1982), "Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach", *Journal of Retailing*, 5, pp. 34-57.
- Gregorson J. (1988), "Tailoring a Fashion Mall to its Urban Setting", *Building Design and Construction*, 29, p. 74.

- L'Adige (2017), "Stop a nuovi centri commerciali. La Provincia: limite sopra i 10mila mq. «Valorizziamo i piccoli negozi»", <https://www.ladige.it/news/business/2017/05/05/stop-nuovi-centri-commerciali-trentino-provincia-introduce-limite-sopra>.
- LeHew M. L. e Fairhurst A. E. (2000), "US shopping mall attributes: an exploratory investigation of their relationship to retail productivity", *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28 (6), pp. 261-279.
- Linkiesta (2017), *Non solo CityLife: la silenziosa invasione dei centri commerciali nei centri città*, <https://www.linkiesta.it/it/article/2017/11/04/non-solo-citylife-la-silenziosa-invasione-dei-centri-commerciali-nei-c/36066/>.
- Matthews H., Taylor M., Percy-Smith B. e Limb M. (2000), "The unacceptable flaneur: The shopping mall as a teenage hangout", *Childhood*, 7(3), pp. 279-294.
- Merriam D. H. (2004), "Breaking Big Boxes: Learning from the Horse Whisperers", *Vermont Journal of Environmental Law*, 6, pp. 7-30.
- Napolitano M. R., Resciniti R. e De Nisco A. (2003), "Retail, entertainment e creazione di valore. Un'indagine sui centri commerciali in Italia", *Industria & Distribuzione*, 4, pp. 51-68.
- Nicosia E. (2009), "Il centro commerciale naturale", in Cirelli C. (a cura di), *Città & Commercio*, Bologna, Pàtron Editore, pp. 383 - 404.
- Pacifico R. (2014), "Centri commerciali AAA: dove e quanti sono?", *Mark UP*, <https://www.mark-up.it/quanti-sono-i-centri-aaa/>.
- Paparelli R. e Del Duca M. (2010), *Centri commerciali naturali. Strategia e strumenti di network marketing a servizio del commercio, del turismo e del terziario*, Milano, Franco Angeli.
- Ritzer G. (2005), *Enchanting a disenchanted world: Revolutionizing the means of consumption*, Thousand Oaks, CA, Pine Forge Press.
- Rousseau G. G. e Venter D. J. (2014), "Mall shopping preferences and patronage of mature shoppers", *SA Journal of Industrial Psychology*, 40 (1), pp. 01-12.
- Savelli E. (2013), *Entertainment e centri commerciali: nuove opportunità di differenziazione experience-based*, Milano, Franco Angeli.
- Sikos T. (2009), "Key to the success of the outlet shopping centers located in optimal site", *Geographisches Bulletin*, 58 (3), pp. 181-200.
- Staff Risposte Turismo (2017), *L'outlet diffuso, nuova linfa per i centri storici*, 30 giugno [http://www.shoppingtourismforum.it/Public/Flash/STFlash\\_15\\_Biella.pdf](http://www.shoppingtourismforum.it/Public/Flash/STFlash_15_Biella.pdf).
- Stockil P. (1972), "The Mall", in Darlow C. (a cura di), *Enclosed Shopping Centres*, London, Architectural Press, pp. 52-62.

- Tv Prato (2014), *Amarcord Pratilia, dal carosello del 1979 alla demolizione-Video* <http://www.tvprato.it/2014/07/amarcord-pratilia-dal-carosello-del-1979-alla-demolizione-video/>.
- Vanderbeck R. M. e Johnson H. J. Jr. (2000), “That’s the only place where you can hang out: Urban young people and the space of the mall”, *Urban Geography*, 21 (1), pp. 5-25.
- White J. R. e Gray K. D. (1996), *Shopping Centers and Other Retail Properties*, Canada, John Wiley & Sons.
- Wilson T., Choy T. Y. e Tan T. H. (2015), “Hermeneutic practices: Mall & media visiting as understanding-in-use”, in Wilson T. (a cura di), *Media consumption in Malaysia: A hermeneutics of human behavior*, London, Routledge, Taylor & Francis, pp. 115–129.

# C I coworking: anello emergente nella catena di produzione del valore

di Maurizio Busacca<sup>1</sup>

Gli spazi di coworking sono ambienti di lavoro condivisi che, seppure ancora residuali, si stanno imponendo come una delle più significative forme di organizzazione del lavoro in un sistema di produzione dove la conoscenza assume nuova centralità. Nel saggio, dopo aver presentato brevemente la storia e la letteratura di riferimento, si passano in rassegna dieci casi italiani di coworking, in base ai quali si propone la categorizzazione in 4 tipologie principali: coworking per freelancer, coworking incubatore, coworking plus, coworking business center. Di ognuno dei quattro tipi si identificano le principali caratteristiche fisiche, organizzative e funzionali. Infine, si propone un'interpretazione degli spazi di coworking come ambienti interorganizzativi all'interno dei quali si generano innovazioni di processo e di prodotto che influiscono sul valore della produzione attraverso la trasformazione delle relazioni personali in *commodities*.

*Coworking are shared working spaces that, even if still residual, are emerging as one of the most important form of work organization in a knowledge-based production system. In the paper, after a brief presentation of the history and the literature of coworking spaces, I present ten Italian cases, by which we propose the categorization in four main types of coworking: coworking for freelancers, coworking incubator, coworking plus, and coworking business center. In the paper I identify and explain the main physical, organisational and functional characteristics of each of the four types. In conclusion, I propose an interpretation of coworking spaces as inter-organisational spaces within which organisations trigger new processes and products that influence the value of production through the transformation of personal relationships into commodities*

1 Maurizio Busacca è Professore a contratto di “Advanced Management of Nonprofit Organizations” presso il Dipartimento di Management a Ca' Foscari, Lecturer in “City Planning & Policy Design” e in “Co-design dei beni comuni urbani” all'Università IUAV di Venezia e Borsista di Ricerca Post-Doc in Sociologia presso Fondazione Ca' Foscari. Ha insegnato Innovazione sociale alla Venice International University, PhD in Pianificazione Territoriale e Politiche Pubbliche all'Università IUAV di Venezia. I suoi temi principali di ricerca sono l'innovazione sociale, la governance urbana e le politiche sociali, di cui indaga soprattutto gli elementi di innovazione nelle politiche pubbliche, le trasformazioni nel campo delle professioni e le evoluzioni delle organizzazioni nonprofit.

## 1. Definizione e storia

Seguendo il suggerimento di Gandini (2015) gli spazi di coworking possono essere definiti ambienti di lavoro condivisi e utilizzati da diversi tipi di lavoratori, per lo più liberi professionisti, che lavorano con diverse specializzazioni nel vasto settore dell'economia della conoscenza. Sono concepiti come *facilities* che semplificano e rendono meno costoso l'accesso a postazioni di lavoro, arredamento, wi-fi e altri strumenti funzionali allo svolgimento della propria attività professionale e, cosa ancora più importante, luoghi in cui i professionisti indipendenti lavorano fianco a fianco con altri professionisti dello stesso settore o di settori affini. La condivisione dell'ambiente di lavoro con altri professionisti ha forti implicazioni sulla condizione professionale dei lavoratori in virtù dell'importanza crescente delle relazioni sociali e delle reti professionali nell'economia della conoscenza.

Inizialmente questi spazi nascevano in modo autonomo per opera di lavoratori nomadi che, non potendo trasferire il proprio ufficio da una città all'altra, necessitavano di avere a disposizione ambienti di lavoro temporanei poco costosi in diverse città. In pochi anni la dimensione nomade del lavoro è passata in secondo piano rispetto al costo e alla temporaneità, favorendo così l'allargamento del bacino potenziale di utilizzatori alla crescente popolazione di lavoratori flessibili e precari.

La storia degli spazi di coworking è recente. La narrazione condivisa e generalmente accettata, tanto nella letteratura scientifica quanto in quella divulgativa, attribuisce a Brad Neuberg il primo utilizzo del termine coworking per descrivere uno spazio fisico condiviso da lavoratori indipendenti. Neuberg fonda nel 2005 il primo spazio di coworking, la Hat Factory, a San Francisco.

In meno di 15 anni gli spazi di coworking nel mondo sono passati da 1 a 22.000 (Deskmag 2019) – con una crescita esponenziale nel corso degli ultimi 5 anni – e contano ormai quasi 2,2 milioni di utilizzatori.

La tendenza globale vede l'affermarsi di spazi sempre più grandi per utilizzatori (11% circa oltre le 300 persone) e dimensioni (1000 mq di media). La *global survey* di Deskmag supporta anche l'ipotesi di un ciclo di vita degli spazi di coworking di circa 10-15 anni, dopo i quali gli spazi con alta redditività favoriscono investimenti e il trasferimento in strutture più grandi, mentre quelli con bassa redditività tendono a modificare il proprio modello di business offrendo gli spazi in affitto a lungo termine ad un numero inferiore di aziende.

La rapida espansione degli ultimi anni non sembra arrestarsi e la fiducia del settore è ancora alta, tanto che l'86% dei gestori degli spazi di coworking prevede un numero maggiore di membri e di fatturato nei prossimi anni, altri spazi (36%) intendono aprire almeno una nuova sede o aumentare i mq della sede attuale (30%).

Fino ad oggi gli spazi di coworking si sono concentrati prevalentemente nelle grandi città, caratterizzate da ampi bacini di utenza potenziale e da una elevata presenza di lavoratori della conoscenza. In questi luoghi si affermano spazi di coworking di ampie metrature e con utenza numerosa. Tuttavia si registra la rapida crescita di spazi di dimensioni più piccole nelle città medie e piccole (Montanari e Scapolan 2019). Questo processo può essere provocato da fenomeni di isomorfismo, da imitazione e dalla generale espansione dei settori connessi all'economia della conoscenza anche nei centri urbani minori.

La dimensione fisica dello spazio di lavoro condiviso è sempre meno una condizione sufficiente per definire un luogo di lavoro come spazio di coworking. Gli abitanti degli spazi di coworking – utilizzatori e gestori – segnalano l'importanza crescente di elementi distintivi legati alla condivisione di valori, all'appartenenza alla community, alla condivisione di saperi e competenze dei lavoratori, al rispetto del libero mercato e della competizione (Andreotti 2018). Sono questi, più che lo spazio fisico di per sé, ad essere considerati gli elementi che generano maggiore creatività e competitività.

Pur nascendo nel contesto del mercato del lavoro statunitense, l'Europa ha fin da subito assunto la leadership del settore per numero di coworking e volume di affari ad esso collegato (Busacca 2015). La possibile ragione di questa affermazione risiede nella strategia europea di sviluppo economico e sociale, fondata sull'obiettivo di realizzare la più grande economia della conoscenza mondiale, orientata alla piena occupazione e alla inclusione sociale mediante strategie di *social investment* (Morel *et al.* 2011). Malgrado ciò non si registrano politiche di livello europeo dedicate alla promozione degli spazi di coworking, che invece sono presenti in dispositivi, nel dibattito politico e nel policy making che trattano il tema dell'innovazione sociale (Nuvolati 2018). In queste sedi i coworking sono trattati come spazi collaborativi che favoriscono la produzione di innovazione economica e sociale.

In Italia, a partire dal 2012, si registrano iniziative a supporto dell'innovazione sociale da parte di singole amministrazioni locali. Trainate da grandi città come Milano, Bologna e Torino, anche le medie e piccole città hanno



adottato iniziative che incentivano la nascita di spazi di coworking. Gli spazi di coworking, alla stregua dei fablab (Manzo e Ramella 2015), sono considerati spazi che favoriscono meccanismi di *open innovation* e come tali incentivano l'occupazione e lo sviluppo economico locale. In questa prospettiva gli spazi di coworking rientrano in una più ampia riflessione sugli spazi dell'innovazione (Montanari e Mizzau 2016), identificati come luoghi che favoriscono la circolazione di conoscenze e competenze e l'innovazione, in virtù delle qualità della conoscenza come bene pubblico e non rivale che aumenta con l'uso. Di fronte ad uno scenario economico che fatica a generare nuovi lavori e ad una platea crescente di persone con bisogni sociali insoddisfatti, questi luoghi rafforzano la capacità degli ecosistemi locali per l'innovazione di generare soluzioni capaci di coniugare sviluppo territoriale e inclusione sociale.

## 2. Review della letteratura

Come evidenziato da Ivaldi *et al.* (2018) il fenomeno degli spazi di coworking ha attratto l'interesse di professionisti e accademici e gli spazi di coworking sono stati studiati da differenti prospettive disciplinari: psicologia, sociologia, economia, informatica, management, design, real estate, urban studies e ingegneria. Il potenziale degli spazi di coworking è stato identificato in termini di processi sociali, innovazione, imprenditoria e promozione del cambiamento sociale.

Fino ad oggi il lavoro di Gandini (2015) rappresenta il tentativo più articolato e complesso di revisione sistematica della letteratura inerente il fenomeno degli spazi di coworking. Il suo lavoro muove dall'obiettivo di comprendere se il coworking sia un fenomeno intrinsecamente positivo come il dibattito *mainstream* sembrerebbe sostenere o se invece sia una bolla e un'etichetta sempre più utilizzata per scopi di branding e marketing. Lange (2011) definisce gli spazi di coworking come spazi bottom-up frequentati da lavoratori che lottano per l'indipendenza, le reti e le politiche collaborative, che spazializzano il lavoro in un luogo condiviso. L'idea che sta alla base di questa visione è che le relazioni sociali siano il principale fattore produttivo all'opera negli spazi di coworking, concepiti come ambienti collaborativi in cui microimprese e liberi professionisti generano nuove opportunità produttive in contesti non gerarchiche. Spinuzzi (2012) sostiene che il coworking sia l'esempio più evidente di nuovi modelli di lavoro distribuito, che sembrano essere la tendenza organizzativa del lavoro

nell'economia della conoscenza. Il lavoro distribuito è inteso come un sistema organizzativo flessibile in cui soggetti diversi perseguono obiettivi e producono risultati attraverso schemi di produzione collaborativi e basati sulla rete. Queste due interpretazioni suggeriscono di definire gli spazi di coworking come luoghi a cui hanno accesso lavoratori indipendenti con lo scopo di favorire pratiche di networking, che la letteratura sul lavoro della conoscenza identifica come il motore della loro professione. Dalla prospettiva degli studi organizzativi Capdevila (2013) avanza una teoria degli spazi di coworking come *microclusters* che favoriscono il trasferimento di conoscenze tra i membri. Capdevila definisce gli spazi di coworking come ambienti in cui microimprese e liberi professionisti coesistono e collaborano tra di loro sulla base di relazioni comunitarie di fiducia e secondo schemi di collaborazione negoziabile. La ricerca di una reputazione personale emerge in questo contesto come il fattore più importante per i *coworkers* in termini di risultati produttivi e di organizzazione in quanto svolge un ruolo di intermediario nell'accesso alle risorse produttive della rete.

Queste interpretazioni degli spazi di coworking come fenomeno inserito nell'economia urbana della conoscenza suggeriscono che i coworking rappresentino la manifestazione fisica di un processo di riterritorializzazione del lavoro nomade (O'Brien 2011). Negli ultimi anni il discorso prevalente sulle trasformazioni delle economie urbane è stato quello relativo alle città creative (Landry 2000). Questa visione è coerente con l'idea della classe creativa (Florida 2002) come nuova forza lavoro nell'economia della conoscenza e nei connessi settori creativi dei media, pubblicità e moda. L'espansione delle industrie creative è associata alla crescita e allo sviluppo economico.

Questa visione, però, è stata sconfessata dai fatti economici degli ultimi dieci anni e dal suo stesso autore (Florida 2017). Inoltre, come evidenziato da Peck (2005), il ragionamento proposto da Florida trascura le disuguaglianze sociali e le differenze di classe. Secondo Gandini (2015), pertanto, l'affermazione degli spazi di coworking può anche essere un effetto del contraccolpo del mantra della classe creativa e i coworking rappresentano il bacino di raccolta di lavoratori precari o a bassa retribuzione dell'economia della conoscenza. In quest'ottica gli spazi di coworking si configurerebbero come il luogo della ricomposizione di classe da parte di una nuova classe di professionisti della conoscenza che condividono i medesimi interessi economici (Arvidsson 2014).

Ciò che accomuna gli studi citati è il collegamento con lo sviluppo dell'economia e della classe creativa e con la crescente digitalizzazione della società.

Conseguentemente, sono le città creative delle economie avanzate ad incentivare e attrarre il fenomeno coworking per favorire processi di condivisione e trasferimento del sapere tacito ed esplicito, con incorporate le loro componenti sociali e culturali. Nel contesto competitivo dell'economia globalizzata gli individui creativi e le imprese innovative sono i driver di sviluppo e crescita economica, sostenuti dal moltiplicarsi delle occasioni di collaborazione e condivisione, che rendono possibile lo scambio di conoscenze. Gli esiti di questi filoni di ricerca guardano con particolare attenzione alla capacità di attrazione delle *lone eagles* – cioè lavoratori della conoscenza che possono operare nomadicamente in ogni luogo – e all'emergere di forme di relazione fondate sul crowd (-sourcing e -funding) e sul wiki – cioè sulla co-produzione distribuita e a rete, facilitata dalle nuove ICT (Benkler 2017).

Questi approcci al coworking hanno un punto di debolezza: l'elemento della localizzazione del lavoro è considerato solo in modo marginale e tendono a trascurare la relazione con i processi sociali di spazializzazione del lavoro. I rapporti (Deskmag 2019) e lo studio diretto di spazi di coworking effettuato nell'ambito di questa ricerca suggeriscono che invece il successo del fenomeno coworking sia fortemente connesso alla capacità di attivare comunità locali di lavoratori, come testimoniato dal numero di coworkers residenti – prevalente rispetto agli utilizzatori saltuari – e dalla prevalenza di contratti mensili rispetto ad affitti giornalieri. In quest'ottica il coworking diventa rilevante in quanto forma emergente di organizzazione spaziale del lavoro.

### **3. I casi studio**

In questa sezione vengono descritti 8 spazi di coworking e 2 network di spazi di coworking attivi in Italia. Si tratta di luoghi a diverso titolo frequentati, osservati e indagati attraverso interviste ai gestori nel corso degli ultimi 5 anni e attraverso i quali si intende mostrare la complessità del fenomeno, che si presenta con declinazioni profondamente diverse, che mettono l'accento su aspetti differenti del coworking. Una tale eterogeneità spiega anche la decisione di utilizzare la definizione al plurale “spazi di coworking” e non la formula più informale di coworking. Parlare di coworking, infatti, significa parlare di spazi fisici differenti, diverse organizzazioni dello spazio e modelli di business differenziati.

Le diverse tipologie qui presentate non sono esaustive dell'intero universo degli spazi di coworking, rispetto al quale non è possibile costruire un elenco completo anche perchè il fenomeno è in continua evoluzione. L'elenco qui proposto tenta semmai di evidenziare le principali differenze tra i modelli organizzativi dei coworking e sulla base di queste, nella sezione successiva, si tenterà di proporre una tipizzazione.

**CO+** è uno spazio di coworking che si trova in una piazza nel cuore di un quartiere della città di Padova fortemente segnato negli ultimi vent'anni dai processi di trasformazione urbana, che hanno provocato il trasferimento in altre zone della città di numerose attività commerciali e funzioni residenziali. Il coworking ospita professionisti delle industrie culturali, operatori di associazioni che operano nel campo dell'immigrazione, progettisti europei ed esperti di comunicazione ed eventi. Si tratta perlopiù di professionisti di circa 35-40 anni, con alle spalle percorsi professionali di successo e con un background politico e culturale comune, costruito in esperienze di partecipazione civica sui temi dei diritti civili e delle politiche sociali. CO+ è nato da un percorso collettivo, il cui risultato è stato quello di uno spazio di coworking con primaria finalità di rigenerazione urbana. Questo aspetto è diventato prevalente sull'attività di coworking in senso stretto e le iniziative e i progetti di rigenerazione urbana sono l'esito della collaborazione tra professionisti altamente qualificati con competenze diverse.

**Casa Netural**, a Matera, è una vera e propria casa che ospita al suo interno uno spazio di coworking, un coliving e un incubatore di imprese culturali e creative e aggrega persone da tutto il mondo che operano attorno ai temi dell'innovazione sociale, culturale e creativa. Il coworking è una delle iniziative del progetto e si configura prevalentemente come un team di soci e collaboratori dell'associazione, ma aperto a collaborazioni specifiche con altri professionisti e organizzazioni attive negli stessi settori. In questo modo il coworking, di fatto parte integrante del coliving, si presenta come il luogo in cui vengono elaborati i progetti che Casa Netural periodicamente lancia a livello nazionale e internazionale. Grazie alle note e influenti reti nazionali in cui i suoi membri sono inseriti e alle elevate competenze dei coworkers, negli ultimi anni Casa Netural ha promosso o ospitato alcuni dei progetti di innovazione sociale più famosi d'Italia, come ad esempio Wonder Grottole – realizzato in partnership

con Airbnb e pensato per ripopolare il paese quasi abbandonato di Grottole – e NETural Family – rete italiana di spazi di lavoro, di condivisione e di conciliazione a misura di famiglia.

**Lab Altobello** è ubicato a Mestre-Venezia ed è un originale connubio di servizi per il lavoro rivolti a persone disoccupate (come corsi di formazione, stage e tirocini), servizi per l'infanzia (come un micro-nido, centri estivi e altri servizi "salva-tempo" che aiutano le famiglie nei compiti di cura dei bambini nei periodi di chiusura scolastica) e azioni sperimentali per favorire la conciliazione vita-lavoro (come lo spazio di coworking offerto a neo-mamme libere professioniste per favorire il rientro nel mercato del lavoro). Pertanto il coworking è una delle iniziative di un progetto più ampio il cui obiettivo generale è potenziare le politiche pubbliche rivolte alla famiglia. Lo spazio di coworking mette a disposizione fino a sei postazioni e promuove iniziative finalizzate al coinvolgimento delle utilizzatrici nei progetti della cooperativa sociale che gestisce Lab Altobello per potenziare la rete di relazioni e il capitale sociale a loro disposizione e facilitare il loro reinserimento nel mercato del lavoro. Così facendo dal coworking emergono competenze e idee che la cooperativa può decidere di coltivare e trasformare in nuove progettualità o servizi, che diventano occasione professionale per le coworker.

Le **Officine ON/OFF** sono un articolato progetto realizzato a Parma grazie alla collaborazione tra una cooperativa sociale impegnata nella gestione, l'ente locale che ha messo a disposizione gli spazi, una fondazione privata che ha dato un contributo iniziale per l'avvio del progetto e un gruppo di giovani che si è costituito in associazione e che, con la cooperativa, gestisce gli spazi e le iniziative interne. Le ON/OFF sono inserite nel Progetto Giovani e ospitano un fablab, uno spazio di coworking, una sala prove e un centro di formazione, tutti spazi gestiti dall'Associazione ON/OFF, costituita dalla cooperativa Gruppo Scuola e dai giovani che si sono attivati a seguito di una call pubblica. Lo spazio di coworking accoglie pochi giovani professionisti che stanno avviando la loro carriera professionale e che grazie all'utilizzo degli spazi di ON/OFF sono facilitati nell'entrare in relazione con un ecosistema di organizzazioni e progetti che offrono loro la possibilità di fare esperienza e di accrescere il loro capitale sociale.

**Lemon one** a Mestre è uno spazio di coworking a misura di piccole imprese e professionisti che vogliono contenere i costi di gestione e semplificare le procedure contrattuali di locazione. La sua fondatrice è una giovane imprenditrice locale, già titolare di una società di servizi per le imprese, Domiciliando. Lemon one è nato dopo un'esperienza come lavoratrice in un noto centro direzionale della zona, dove la fondatrice ha avuto la possibilità di cogliere il bisogno di spazi flessibili ed economici di molte piccole e giovani imprese e di trasformarlo in opportunità imprenditoriale. In Lemon one si può scegliere tra uffici privati, uffici condivisi attrezzati, sale riunioni o postazioni in coworking, con la disponibilità di una vasta gamma di servizi come domiciliazione utenze, segreteria, consulenza legale, servizio di commercialista e di ufficio virtuale, oltre ai più tradizionali servizi di Wi-Fi e stampe. Nel corso degli anni le soluzioni più richieste si sono rivelate l'ufficio privato per le piccole imprese e l'ufficio condiviso per i professionisti.

**Wisionaria** è una realtà nata dal ritorno alle proprie terre, nel 2011, di alcuni giovani professionisti che dopo un'esperienza di studio e lavoro in Italia e all'estero hanno deciso di tornare, con l'intento di dare un contributo all'innovazione territoriale e per costruire un aggregatore territoriale che fornisca supporto professionale a tutta la zona della Val di Chiana, per lo sviluppo e l'implementazione della vocazione turistica di Montepulciano e del territorio circostante. Così hanno costituito un'associazione per aggregare le professionalità del territorio, rispondere all'esigenza dei consulenti del luogo, formare nuove professionalità imprenditoriali e contrastare l'esodo dei professionisti locali. Il modello di gestione dello spazio non prevede un team dedicato ma i soci si attivano in modo cooperativo per le aperture e per realizzare le iniziative. La ricerca e l'individuazione dello spazio giusto per creare il coworking ha richiesto del tempo, fino a che nel 2015 il Comune ha messo a disposizione, in comodato d'uso gratuito per cinque anni, una location prestigiosa in un Palazzo storico di pregio nella Piazza centrale del comune.

**Barra A** è lo spazio di coworking gestito da Avanzi, società punto di riferimento per il settore dell'innovazione sociale nella città di Milano e in Italia. Dal 1997 Avanzi è attiva sul tema della sostenibilità attraverso consulenze, ricerca e incubazione di progetti imprenditoriali e sociali. Nel 2011 nasce uno spazio di coworking in via Ampère, che nel 2013, con il recupero di un garage

abbandonato, si trasforma in Upcycle Milano Bike Cafè, una nuova impresa di Avanzi – uno spinoff – aperta agli amanti delle due ruote e che gestisce lo spazio di coworking, nel quale si sviluppano anche servizi di incubazione. Barra A è uno spazio di più di 1000 mq con circa 100 postazioni per piccole imprese, liberi professionisti e startup; un luogo di elaborazione culturale e sociale che organizza incontri, presentazioni, mostre e workshop aperti a tutta la città. Barra A è presentato come una specie di serra dove nascono imprese, progetti e idee, che si configura come un distretto dell'innovazione sostenibile dove far crescere un'impresa. Barra A vuol dire anche polo culturale, un punto di riferimento per dibattiti, incontri e idee, mostre ed eventi. Alla luce di ciò lo spazio di coworking è diventato uno dei poli principali dell'innovazione sociale in Italia e negli ultimi anni Avanzi ha applicato gli apprendimenti milanesi in programmi di innovazione sociale anche nella città di Torino e nella gestione di nuovi prestigiosi spazi come BASE Milano.

**Piano C** è il primo spazio di coworking in Italia che importa il modello di Third Door di Londra, cioè uno spazio di coworking dove sono offerti anche servizi destinati ai bambini in un'ottica di conciliazione tra tempi di vita e di lavoro. Piano C è uno spazio di coworking di piccole dimensioni (19 postazioni), con sale riunioni, piccola cucina, area relax e spazio co-baby, un servizio per l'infanzia dove i bambini dei coworkers sono accuditi mentre i genitori lavorano. Il coworking si rivolge a persone disoccupate, maleoccupate, infelici del proprio lavoro, demotivate e con il desiderio di cambiare/migliorare/crescere professionalmente. In Piano C hanno messo assieme un set di soluzioni che, combinandosi, consentono alle persone di costruire o ridefinire la propria identità professionale. Formazione, ma anche network, collegamenti immediati al mondo delle imprese, visibilità, lavoro sull'identità e sulle aspirazioni. I programmi di Piano C non sono finalizzati direttamente al lavoro ma aiutano i propri utenti a scoprire o costruire le proprie identità professionali e a portarle in una community già attiva, in cui si presuppone che sarà molto più facile trovare la propria strada professionale.

**Impact Hub** è uno dei più grandi network al mondo focalizzato sulla costruzione di comunità imprenditoriali per l'impatto sociale, dove sono attivi gli innovatori e gli imprenditori che cercano soluzioni tangibili alle principali sfide globali. Il network e il modello di gestione degli spazi di coworking che

vi aderiscono nasce dalle ipotesi che i coworkers ottengano connessioni significative partecipando o ospitando eventi locali o diventando membri a pieno titolo della comunità presso il loro Impact Hub locale. In oltre 100 sedi in tutto il mondo i gestori di Impact Hub vogliono che gli utilizzatori siano ispirati, connessi e in grado di costruire un futuro sostenibile. In Italia si contano 7 spazi di coworking con le medesime caratteristiche e aderenti alla rete Impact Hub, che si presenta come il network italiano più noto e diffuso con Talent Garden. Il modello organizzativo e di business di Impact Hub è basato sulla creazione di comunità locali dell'innovazione, che possono essere attivate per mettere le loro competenze al servizio di sfide sociali e imprenditoriali poste da committenza privata (come nel caso di Firenze con Legacoop), pubblica (come nel caso di Trento e il Comune di Feltre) o interna (come nel caso di Catania).

**Multiverso** è l'unico caso italiano di network di spazi di coworking non aderenti ai grandi brand internazionali. Nasce dall'attivismo sociale e culturale di un gruppo di giovani professionisti e imprenditori fiorentini attivi nella scena dell'underground locale. Multiverso è un network di spazi di coworking attivi in Toscana e Lombardia con una forte propensione all'azione sociale e all'integrazione tra piccole e grandi organizzazioni in chiave di open innovation. Multiverso mette in rete otto coworking (Firenze Campo di Marte, Carrara, Foligno, Lucca, Siena, Firenze via della Scala, Firenze via del Porcellana e Milano) e 2 Spazi Satellite (L'Appartamento e StartHouse). L'organizzazione del network si fonda sulla partecipazione degli *users* alla gestione degli spazi – aprono e chiudono le sedi o organizzano iniziative in cambio di piccoli sconti sull'affitto – rendendoli così *prosumers*. Gli spazi del network sono frequentati da nuovi freelancers, startups, freelancers esperti e micro imprese, che scelgono di lavorare nel coworking per ragioni differenti: aumentare le occasioni di business; risparmio economico; consolidare l'identità professionale; avere accesso semplificato a risorse professionali in modo flessibile.

#### 4. Tipi di spazi di coworking e i loro utilizzatori

I dieci casi di coworking presentati nella sezione precedente possono essere raggruppati in quattro tipologie, che si distinguono l'una dall'altra per le differenti logiche istituzionali che adottano più che per le forme organizzative che



li caratterizza. Nella maggior parte dei casi queste tipologie nella realtà non si trovano pure ma ibride: uno stesso spazio di coworking può abbracciare due o più logiche istituzionali.

La prima tipologia è quella del “coworking per freelancer”, nel quale prevalgono aspetti relazionali e di network e si rivolgono a lavoratori della conoscenza atomizzati dai processi di trasformazione dei sistemi di produzione. Si tratta forse della forma più vicina a quella originaria, pensata per lavoratori nomadi o che temporaneamente hanno bisogno di una sede di lavoro, tanto più se quella sede è in grado di metterli in contatto con altri professionisti simili con i quali collaborare nei processi di produzione o nella costruzione di relazioni con altri operatori di mercato. La seconda tipologia è quella dei “coworking incubatore”, progettati e organizzati per dare supporto a lavoratori e aspiranti imprenditori deboli rispetto alle dotazioni di capitale sociale o economico e che nel coworking cercano non solo un ambiente capace di metterli in relazione con altri operatori di mercato, ma soprattutto servizi professionali di supporto alla ricerca del lavoro o all’autoimpiego. La terza tipologia, il “coworking plus” (Busacca 2015) è molto diffusa nell’ambito delle iniziative di innovazione sociale ed è formata da spazi di coworking che esternalizzano le funzioni di ricerca e sviluppo di aziende o team di professionisti, storicamente contenute in unità organizzative vicine al cuore direzionale dell’impresa. Questi spazi di coworking sono invece periferici rispetto al centro direzionale e sono pensati per favorire lo scambio di conoscenze e competenze con agenti al di fuori dei confini organizzativi dell’impresa. La quarta tipologia è rappresentata dal “coworking business center”, che si rivolge in via prevalente, se non esclusiva, a giovani e piccole imprese o gruppi di liberi professionisti che operano in modo simile a quello degli studi associati, cioè in modo autonomo ma coordinato. Le imprese e i professionisti scelgono questa soluzione per ridurre i rischi economici e finanziari in fase di startup. In questo caso la dimensione collaborativa si realizza maggiormente a livello interorganizzativo piuttosto che a livello individuale.

I tre elementi comuni che caratterizzano le diverse forme di spazio di coworking sono: gli spazi condivisi tra agenti di mercato che non appartengono alla stessa organizzazione, la presenza di coworkers e l’offerta di servizi generali e aggiuntivi.

Gli spazi sono molto diversi per dimensioni e organizzazione. Alcuni sono molto ampi mentre altri hanno le dimensioni di una singola stanza; alcuni

sono open space altri sono spazi divisi da barriere più o meno strutturali. L'aspetto che emerge è una certa coerenza tra tipologia di coworking e caratteristiche fisico spaziali: i "coworking per freelancer" sono quelli di più grandi dimensioni e offrono sia open space sia piccoli uffici personali o condivisi con pochi altri professionisti; anche i "coworking incubatore" offrono più tipologie di postazione, ma le dimensioni sono medie e gli spazi dedicati allo staff di gestione sono significativi; i "coworking plus" presentano caratteristiche simili agli incubatori ma gli elementi di separazione tra coworkers e tra coworkers e staff di gestione si riducono notevolmente; i "business center", infine, sono di dimensioni medio-grandi e suddivisi in stanze-ufficio che vengono utilizzate da singole società o da piccoli gruppi di professionisti che decidono di operare in una stanza comune.

La popolazione di coworkers (Deskmag 2017) è molto omogenea in termini di età (35-40 anni), elevato livello di istruzione (oltre l'85% laureato) e genere (circa 40% donne e 60% uomini). I differenti spazi di coworking sembrano però attrarre tipologie di coworkers differenti: nei "coworking per freelancer" prevalgono i liberi professionisti dei settori creativi come moda, pubblicità, marketing, design, giornalismo, comunicazione, informatica, che operano in modo temporaneo o transitorio in quanto lavoratori nomadi oppure nuovi professionisti con un mercato in via di definizione; i "coworking incubatore" attraggono soprattutto gruppi informali o giovani imprese alla ricerca di sviluppare un proprio progetto imprenditoriale oppure persone alla ricerca di un impiego; i "coworking" plus invece attraggono professionisti con elevate competenze specialistiche che entrano individualmente nel coworking ma si costituiscono come un team con un obiettivo condiviso; i "business center" accolgono soprattutto piccoli imprenditori e i loro dipendenti e collaboratori.

Anche i servizi aggiuntivi tendono a diversificarsi in base alle tre tipologie: nel caso dei "coworking per freelancer" questi servizi sono orientati soprattutto al supporto gestionale e amministrativo, come ad esempio il cloud, archiviazione dei documenti e l'affitto di sale riunione; i "coworking incubatore" offrono principalmente servizi di formazione, consulenza e assistenza business, finalizzati a supportare i coworkers nel potenziamento delle loro capacità di operare sul mercato; i "coworking plus" offrono soprattutto servizi di consulenza finalizzati alla coprogettazione e allo sviluppo di idee, spesso utilizzando gli approcci innovativi del *design thinking*, che favoriscono forme di prototipazione rapida; i "business center" si concentrano soprattutto nell'offerta di

servizi amministrativi e gestionali rivolti alle imprese, come la domiciliazione di documenti, disbrigo pratiche e richiesta certificati.

Un ulteriore elemento comune alle diverse tipologie, oltre lo spazio condiviso tra coworkers e i servizi associati all'utilizzo, è la presenza di operatori che mentre gestiscono le attività standard del coworking – affitto postazioni e servizi generali – agiscono in qualità di community manager per alimentare le dinamiche relazionali e collaborative tra i coworkers (Ivaldi *et al.* 2018). I manager degli spazi di coworking operano per favorire la circolazione delle informazioni e la costruzione di fiducia tra i coworkers, per favorire così la produzione di conoscenza utile e utilizzabile nell'ambito della loro attività professionale e la creazione di un ambiente ben disposto verso la collaborazione.

Questi manager agiscono come broker della conoscenza (Burt 1992) e come *gatekeeper* (Burt 2005), cioè come attori che favoriscono il trasferimento delle informazioni tra reticoli sociali non direttamente collegati e che promuovono l'uscita sul mercato delle risorse in possesso dei coworkers.

## 5. Le funzioni produttive degli spazi di coworking

Al livello della riorganizzazione degli spazi di lavoro, il coworking rappresenta un fenomeno emergente ma ancora marginale rispetto al lavoro nel suo complesso. Negli ultimi anni si è assistito ad un generale processo di riorganizzazione del lavoro lungo tre direzioni (Andreotti 2018): 1) riconversione degli spazi e dei luoghi del lavoro; 2) riorganizzazione degli spazi di lavoro; 3) moltiplicazione degli spazi di lavoro. La prima trasformazione ha alimentato iniziative di rigenerazione di ex stabilimenti produttivi abbandonati in seguito ai processi di de-industrializzazione, come il caso degli stabilimenti Ansaldo di Milano divenuti BASE Milano, la cui riconversione si è resa necessaria a fini di tutela del patrimonio e utile a fini economici. La seconda trasformazione è figlia dei processi di riconfigurazione dei sistemi di produzione nell'ambito dell'economia della conoscenza, nei quali il precedente modello organizzativo basato sulla frammentazione e specializzazione del processo di produzione è stato superato da meccanismi collaborativi di gestione di produzioni complesse. La terza trasformazione, favorita soprattutto dall'avvento delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ha contribuito alla definizione di nuovi ambienti di lavoro, che oscillano dal lavoro domestico al lavoro

a distanza, fino al lavoro in ambienti condivisi. Sul piano degli spazi fisici, il coworking intercetta tutti e tre gli effetti di queste trasformazioni in qualità di nuova destinazione d'uso degli spazi rigenerati, ambiente che abilita in modo efficace i processi di co-produzione della conoscenza funzionale alla produzione e come luogo di lavoro.

Per comprendere le ragioni di una simile convergenza può essere utile provare a rispondere alla seguente questione: perché il coworking? perché non altre forme di organizzazione del lavoro, come lo smart working o il lavoro a distanza?

La bassa profittabilità degli spazi di coworking (Foertsch 2011) abbinata alla crescente spinta verso processi *community-based* spinge i coworking a sviluppare forme alternative di redditività: contributi pubblici, vendita di servizi, organizzazione di eventi, somministrazione di alimenti e/o bevande, *sponsorship* e premi integrano la bassa profittabilità dell'azione principale dei coworking, ovvero l'affitto di postazioni di lavoro e la creazione di una comunità professionale. Queste descritte, però, sono tutte attività direttamente connesse con l'azione core del coworking come organizzazione del lavoro. Al netto della contribuzione pubblica (che riconosce esplicitamente la funzione sociale dei coworking), tutte le altre attività mirano ad incrementare le occasioni di condivisione e/o trasferimento della conoscenza e così facendo fondano il potenziale vantaggio competitivo del coworking nella sua abilità di costruire una comunità professionale e imprenditoriale capace di incrementare le possibilità lavorative di tutti i suoi membri, che è già di per sé stessa evidenza della funzione sociale del coworking.

Negli ultimi anni i diversi spazi di coworking hanno iniziato a superare questi comportamenti strumentali e cercano di incorporare l'attivazione di spazi condivisi di lavoro e i processi di produzione di servizi. Si tratta di esperienze che si caratterizzano come una evoluzione del coworking tradizionale, nelle quali il core-business è contenuto nella capacità di mettere a produzione le risorse del coworking (persone, conoscenze e competenze) per produrre valore (ad esempio, in servizi di incubazione, agricoltura, alla famiglia, produzione culturale) e nei quali l'affitto di spazi di lavoro è strumentale a generare una rete di relazioni P2P a supporto di un prodotto che spesso è offerto in mercati a basso rendimento, che faticerebbe a reggere sul mercato in assenza di una contribuzione pubblica e che cerca nel P2P nuove forme di produzione del valore. Ad esempio, il milanese Barra A non è un ramo d'azienda di Avanzi e

tantomeno un corpo estraneo rispetto a Make a Cube; è piuttosto una serra all'interno della quale far germogliare professionalità e progetti imprenditoriali che possono poi trovare negli altri due ambienti ulteriori forme di supporto e scambio. Se la missione di Piano C è quella di far incontrare donne e lavoro, il coworking è inserito in una filiera più ampia di servizi che vanno dall'orientamento, all'alta formazione passando per il co-baby. O ancora, il toscano Multiverso è esplicito nell'indicare il coworking come luogo fisico e virtuale per rafforzare il posizionamento sul mercato (interno ed esterno) del circuito di lavoro (i coworkers). Il Coworking Family Friendly di Lab Altobello aggrega l'offerta di servizi di conciliazione per sviluppare nuove forme di welfare familiare e aziendale. Il luogo condiviso di vita (coliving) e di lavoro (coworking) di Casa Netural è lo strumento per interconnettere ricercatori, attivisti, studiosi e manager interessati al mondo delle nuove imprese sociali.

In tutte queste esperienze la sostenibilità del coworking è rintracciabile nello sviluppo di core business differenti dal coworking, ma ciò non avviene in modo separato ed esclusivamente funzionale alla sostenibilità del coworking; anzi i due prodotti – coworking e servizio – si integrano e sostengono reciprocamente mediante interazioni bidirezionali continue: le interazioni sviluppate nel coworking alimentano e sostengono la produzione P2P, favorendo la diversificazione e l'aumento della qualità del prodotto; al tempo stesso il prodotto sostiene economicamente il coworking e alimenta i flussi di reddito dei frequentatori e, indirettamente, le relazioni collaborative. Si crea così un circolo virtuoso che rende indissolubilmente intrecciate le due dimensioni e il coworking si viene a delineare come un ambiente interorganizzativo all'interno del quale si generano innovazioni di processo e di prodotto che influiscono sul valore della produzione attraverso la trasformazione delle relazioni personali in commodities.

## Bibliografia

- Andreotti A. (2018), “La ridefinizione degli spazi e dei luoghi del lavoro: il caso dei coworking”, in Nuvolati G. (a cura di), *Sviluppo urbano e politiche per la qualità della vita*, Firenze, Firenze University Press.
- Arvidsson A. (2014), “Public brands and the entrepreneurial ethics”, *Ephemera*, 14(1), pp. 119-124.

- Benkler Y. (2017), "Peer production, the commons, and the future of the firm", *Strategic Organization*, 15(2), pp. 264-274.
- Burt R. (1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge, Harvard University Press.
- Burt R. (2005), *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*, Oxford, Oxford University Press.
- Busacca M. (2015), "Performatività del welfare? Un'analisi delle pratiche e dei discorsi dei Coworking Plus (Co+)", *Colloquio scientifico sull'impresa sociale*, Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria, 2015.
- Capdevila I. (2013), "Knowledge dynamics in localized communities: Coworking spaces as microclusters", SSRN 2414121.
- Deskmag (2017), "The Members: Who Works in Coworking Spaces?" <http://www.deskmag.com/en/members-of-coworking-spaces-demographics-statistics-global-survey-coworkers-research-2017>.
- Deskmag (2019), "2019 Global Coworking Survey on coworking", <http://www.deskmag.com/en/2019-state-of-coworking-spaces-2-million-members-growth-crisis-market-report-survey-study>.
- Florida R. (2002), *The rise of the creative class*, New York, Basic Books.
- Florida R. (2017), *The new urban crisis*, Londra, Oneworld Publications.
- Foertsch C. (2011), "The coworker's profile", <http://www.deskmag.com/en/the-coworkers-global-coworking-survey-168>.
- Gandini A. (2015), "The rise of coworking spaces: A literature review", *Ephemera*, 15(1), pp. 193-205.
- Ivaldi S., Pais I. e Scaratti G. (2018), "Coworking(s) in the plural: Coworking spaces and new ways of managing", in Taylor S. e Luckman S. (a cura di), *The New Normal of Working Lives*, Cham, Palgrave Macmillan.
- Landry C. (2000), *The creative city: A toolkit for urban innovators*, Londra, Comedia.
- Lange B. (2011), "Re-scaling governance in Berlin's creative economy", *Culture Unbound*, 3, pp. 187-208.
- Manzo C., Ramella F. (2015), "Fab labs in Italy: Collective goods in the sharing economy", *Stato e mercato*, 35(3), pp. 379-418.
- Montanari F. e Mizzau L. (2016), "I luoghi di innovazione: un primo modello organizzativo per fenomeni emergenti", *Impresa sociale*, 8, pp. 50-58.
- Montanari F. e Scapolan A.C. (2019), "Gli spazi collaborativi nel Nordest d'Italia: diffusione, caratteristiche e implicazioni per le imprese del territorio", Fondazione Nordest, *Rapporto 2019: il pentagono dello sviluppo*, pp. 268-275.

- Morel N., Palier B., Palme J. (2011), *Towards a Social Investment Welfare State? Ideas, Policies, Challenges*, Bristol, Policy Press.
- Nuvolati G. (2018), *Sviluppo urbano e politiche per la qualità della vita*, Firenze, Firenze University Press.
- O'Brien M. (2011), "Finding a home for the digital nomad", [http://www.michelleobrien.net/wpcontent/uploads/2011/10/OBRIEN\\_Home\\_digital\\_nomad.pdf](http://www.michelleobrien.net/wpcontent/uploads/2011/10/OBRIEN_Home_digital_nomad.pdf).
- Peck J. (2005), "Struggling with the creative class", *International journal of urban and regional research*, 29(4), pp.740-770.
- Spinuzzi C. (2012), "Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity", *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), pp. 399-441.

G

Quartieri Gay – SALVATORE MONACO





# G Quartieri gay: da luoghi di esclusione a dispositivi di integrazione

*di Salvatore Monaco<sup>1</sup>*

Negli ultimi decenni la comunità omosessuale ha avviato un processo di autodefinizione, contribuendo ad una trasformazione anche morfologica delle città. In particolare, nelle grandi metropoli è il quartiere a rappresentare il miglior esempio di luogo “omosessualizzato”, in cui gli spazi pubblici e privati presenti contribuiscono al superamento del dominio maschile eterosessuale nella società. Si tratta di “village”, “distretti”, “cluster”, contesti urbani che non solo rappresentano per gli abitanti luoghi di incontro, scambio e contaminazione, capaci di fronteggiare l'ostilità sociale costruita dall'omofobia, ma che conferiscono alle città anche appeal ed interesse turistico, configurandosi come poli di inclusività e di integrazione. Il contributo intende ripercorrere le principali tappe che hanno portato alla nascita e allo sviluppo dei quartieri omosessuali, ripercorrendo i modelli interpretativi più interessanti proposti dalla sociologia.

*In recent decades homosexual community has started a self-determination process, contributing to a morphological transformation of the cities. In particular, in large cities the neighborhood represents the best example of a “homosexualized” place, in which public and private spaces in it contribute to overcoming the male heterosexual domain in society. These are “villages”, “districts”, “clusters”, urban contexts that not only represent places of encounter, exchange and contamination for the inhabitants, capable of facing the social hostility built by homophobia, but that also give to the cities appeal and tourist interest, as they stand out as poles of inclusiveness and integration. The paper intends to retrace the main steps that led to the birth and development of homosexual neighborhoods, retracing the most interesting interpretative models proposed by sociology.*

1 Salvatore Monaco (PhD) è assegnista di ricerca in Sociologia Generale presso la Facoltà di Scienze della Formazione della Libera Università di Bolzano, cultore della materia in Sociologia del Turismo presso i Dipartimenti di Scienze Sociali e Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Napoli Federico II e collaboratore scientifico di OUT - Osservatorio Universitario sul Turismo - e dell'Osservatorio LGBT dell'ateneo federiciano. I suoi interessi di ricerca riguardano turismo, contesti urbani, esclusione sociale, tecnologie e nuovi media, con particolare attenzione alle questioni legate a generi, orientamenti sessuali e generazioni. Tra le sue più recenti pubblicazioni ci sono (con F. Corbisiero) Città arcobaleno. Una mappa della vita omosessuale nell'Italia di oggi (Donzelli, 2017) e Sociologia del turismo accessibile. Il diritto alla mobilità e alla libertà di viaggio (PM Edizioni, 2019).

## 1. Definizione e storia

Le persone omosessuali hanno vissuto (e in alcuni contesti continuano a vivere) forte discriminazione, non di rado supportata da leggi che considerano l'omosessualità un reato e condannano i rapporti tra persone dello stesso sesso. Ciò ha costretto la comunità Lgbt a vivere per molto tempo in quartieri degradati, "ghetti" prodotti dall'omofobia, generalmente sovraffollati, in cui le minoranze potevano aggregarsi rifugiandosi nell'anonimato (Park 1928, Wirth 1928, Levine 1979, Weston 1995, Macé-Scaron 2001).

Nel mondo occidentale, a rappresentare un punto di svolta nella storia della rivendicazione omosessuale sono stati i cosiddetti moti di Stonewall Inn, che presero vita a New York nel 1969 ed hanno dato avvio alla moderna lotta per i diritti Lgbt negli Stati Uniti. I movimenti urbani degli anni Settanta ed Ottanta per reclamare diritti di cittadinanza hanno messo in discussione l'omogeneità massificante implicita nella dimensione metropolitana, contribuendo ad una trasformazione morfologica delle città. Sul piano fattuale ciò si è tradotto nella nascita di luoghi "omosessualizzati", ovvero "village", "distretti", "cluster" in cui gli spazi pubblici e privati in essi presenti hanno in qualche modo contribuito a scardinare il dominio maschile eterosessuale nella società (Plummer 1975, Rinaldi 2008, Corbisiero 2015).

Adottando la prospettiva territorialista, che consente una lettura ermeneutica dei fenomeni sociali partendo dalle pratiche di territorio e dalle interazioni di culture e comunità con i relativi ambiti geografici, è possibile sostenere che il riconoscimento a livello sociale della comunità Lgbt è avvenuto proprio attraverso la progressiva "colonizzazione" di alcuni quartieri metropolitani non più estranei al nucleo urbano.

Partendo dall'assunto che l'omosessualità sia connotata da tratti specifici e distintivi, la sociologia americana degli anni Settanta si è prodigata nel sostenere che i quartieri gay siano stati plasmati proprio a partire dalle esigenze specifiche di socialità, scambio e compartecipazione dei loro abitanti, assumendone alcuni dei principali caratteri distintivi (Wittman 1972, Aiken 1976, Whitemore 1975). La nascita e l'organizzazione urbana di questi luoghi, dunque, si è fondata su un auto-riconoscimento della comunità omosessuale che ha compiuto una operazione di presa di coscienza della propria condizione e della repressione subita, che si è manifestata nel corso del tempo in forme più o meno accentuate di occultamento della propria condizione omosessuale e

nella mancanza, a livello territoriale, di spazi pubblici e privati in cui poter essere autenticamente se stessi. Tale attenta considerazione ha rappresentato il punto di avvio di un processo di integrazione endogena che ha avuto, sul piano fattuale, due effetti strettamente interconnessi tra loro:

- da un lato, i soggetti omosessuali hanno iniziato a riconoscersi come membri di una stessa comunità; pur con la consapevolezza che all'interno di questo gruppo coesistessero identità diverse tra loro, il senso di appartenenza si è sviluppato in considerazione del fatto che le identità sessuali fatte sentire diverse (poiché non in linea con i precetti dell'eteronormatività) erano tutte accomunate dallo stesso vissuto e dalla medesima impossibilità di potersi manifestare apertamente;
- dall'altro lato, hanno preso vita specifiche istituzioni arcobaleno (come centri sociali, bar, negozi, saune, cinema, palestre, librerie e club), punti di incontro e ritrovo designati a rendere riconoscibili e visibili sul territorio identità, istanze ed esigenze specifiche delle persone Lgbt.

Sotto questa angolazione analitica è dunque possibile sostenere che i quartieri gay nati sulla scorta del movimentismo arcobaleno si rivelano sia uno strumento per mostrare e rivendicare, in maniera rivoluzionaria e dirompente, le identità sessuali altre, sia un monito verso la città di farsi carico delle proprie questioni, in particolare relative al diritto a spazi pubblici più sicuri e inclusivi (Giddens 1993, Whittle 1994, Leap 1999).

Configurandosi come un luogo di incontro e confronto, l'area urbana ha finito con il tempo per assumere le fattezze di un dispositivo sociale per demolire ed abbattere le barriere sociali costruite dall'eterosessismo, che tradizionalmente conducono ad isolamento e solitudine psicologica e sociale chi ne è vittima (De Larocque 2006). Più in particolare, secondo Murray (1996), si tratta di una sorta di "de-assimilazione" che non va letta come una forma di sviluppo antitetica a quella eterosessuale, ma, anzi, appare come complementare ad essa, oltre quelle che sono le dimensioni convenzionali dell'eteronormatività.

Questa de-assimilazione ha preso forma dapprima in molti quartieri delle località degli Stati Uniti di America (come Greenwich Village a New York o Castro a San Francisco), per poi approdare in molte altre aree sparse in tutto il globo.

Gli elementi che sociologicamente hanno contribuito alla riproduzione di questi luoghi entro i principali centri urbani sono: la sempre più alta percentuale di giovani omosessuali immigrati che si allontanano da contesti so-

cio-culturali omofobi per muoversi verso grandi metropoli più inclusive e democratiche; la crescente visibilità degli omosessuali e dei propri valori etici, politici ed economici; l'operato del movimentismo e dell'associazionismo di categoria; il supporto dei media (Kirkey e Forsyth 2001, Barbagli e Colombo 2001, Corbisiero e Monaco 2017).

Alcuni studiosi (Ivy 2001, Clift *et al.* 2002, Collins 2004) hanno sottolineato che la nascita dei quartieri gay è stata in grado, nel tempo, di limare le differenze della disuguaglianza, favorendo così il compromesso e l'integrazione.

## 2. Caratteristiche architettoniche

Come si è detto, è possibile dividere euristicamente la storia dei quartieri gay in due fasi: la prima è quella in cui le persone omosessuali hanno occupato quartieri degradati, talvolta pericolosi, per nascondersi nell'anonimato delle periferie, ricercando, insieme ad altre minoranze, riparo dalla violenza e dal (pre)giudizio sociale.

Il movimentismo arcobaleno ha donato nuova linfa all'identità omosessuale, che, non senza difficoltà, ha iniziato ad imporsi sulla scena sociale (prima americana, poi europea), mostrandosi con orgoglio. Tale immissione nel tessuto comunitario ha segnato il punto di partenza per la nascita di una nuova tipologia di quartieri gay, non più intesi come spazi di esclusione e segregazione, ma, anzi, protagonisti di gentrificazione, commercializzazione e rigenerazione urbana. Si tratta, infatti, di porzioni di città che nella maggior parte dei casi hanno vissuto un restyling fondato su brand, *loisir* e comunanza di identità che si è tradotto nella costituzione di locali ed attrazioni fondate sui bisogni della comunità Lgbt, pur non essendo esclusivo appannaggio di questa. I quartieri gay infatti nascono con l'obiettivo di ridurre il rischio dell'intolleranza omofobica; si tratta, in altre parole, di una sorta di risposta spaziale alle forme di oppressione e disuguaglianza (urbane e non) storicamente determinate che quasi avevano costretto la comunità omosessuale alla fuga dai centri della socialità.

Se è vero che all'interno dei quartieri gay si registra una più alta probabilità di intrattenere relazioni con soggetti accomunati da orientamento sessuale o identità di genere, al tempo stesso questi luoghi sono aperti alla popolazione tutta, in quanto l'obiettivo alla base della loro costituzione è quello di fron-

teggiate le barriere sociali e culturali che escludono una o più categorie di cittadini. I quartieri gay della modernità si presentano come zone franche di cui gli imperativi sottesi sono tolleranza ed inclusione e nei quali la diversità non è un fattore discriminante, ma anzi, al contrario, rappresenta un elemento distintivo, un tratto da tutelare e valorizzare per intrattenere relazioni eterofile, in cui sono poste in connessione le differenti identità nella loro interezza.

Gli spazi del “consumo arcobaleno” (come bar, discoteche, cinema, saune, ecc...), insieme ad una varietà di circoli, raggruppamenti politici, archivi di documentazione, centri multimediali, sportelli di counseling e gruppi sportivi o collettivi universitari arcobaleno, sono sempre più il risultato di un’offerta promossa in maniera concertata da imprenditori omosessuali e dalle organizzazioni Lgbt attive sul territorio.

I locali e gli spazi Lgbt espongono simboli e stemmi dell’orgoglio gay, come la bandiera arcobaleno.

Se, da un lato, sono molte le scene in cui i quartieri gay si configurano come il risultato del movimentismo omosessuale locale – come Palm Springs (in California), Provincetown (nel Massachusetts) o Key West (in Florida) – d’altro canto, è altrettanto vero che il carattere “neo-borghese” dell’omosessuale moderno è divenuto anche un dispositivo posto al centro di alcune politiche di sicurezza urbana. Non sono infatti isolati i casi in cui lo sviluppo di un quartiere gay per limitare fenomeni di violenza urbana o trambusto è stato fatto rientrare nell’ambito di politiche urbane top-down. È il caso, ad esempio, di Romford, sobborgo nord-orientale di Londra, nel quale la polizia ha promosso, nell’ambito di una più ampia politica di riqualificazione territoriale, la nascita di un locale gay nel cuore del distretto con il preciso intento di far attraversare la zona da una moltitudine di persone moderata e maggiormente aperta alle differenze.

I quartieri gay si trovano principalmente nel cuore delle città che li ospitano e sono nella quasi totalità dei casi ben serviti dai mezzi di trasporto. Non di rado, questi si collocano in prossimità del mare o di parchi metropolitani, spazi che ampliano le occasioni di interazione e che si fanno palcoscenico di eventi ed iniziative arcobaleno, come mostre, rassegne cinematografiche ed i Pride, ricercati, oggi più che mai, dalle amministrazioni cittadine, per il proprio impatto politico, culturale ed economico.

Tra gli spazi pubblici rivisitati in chiave Lgbt meritano una nota i parchi metropolitani, che rappresentano una vera e propria arcadia del turismo ur-

bano per il proprio rivelarsi spazi della socialità erotico-affettiva omosessuale (Franklin 2003, Guaracino 2007, Carr e Poria 2010, Corbisiero 2016).

### **3. Funzioni sociali e trasformazioni**

Tradizionalmente è stata la sociologia a mostrare, fin dalle pionieristiche ricerche della Scuola di Chicago, la centralità rivestita dai contesti urbani nell'ambito dei processi di "normalizzazione" delle comunità omosessuali. Proprio Chicago, infatti, ha rappresentato un vero e proprio laboratorio sociologico per meglio comprendere lo stretto legame tra contesti urbani e i comportamenti sessuali in generale, e tra città e omosessualità in particolare (Blumer 1954). È qui, infatti, che le persone omosessuali hanno iniziato a rivendicare la propria identità, mostrandosi senza etichette e occupando alcune porzioni di città. Le evidenze empiriche della Scuola di Chicago hanno messo in risalto l'avanzamento di processi di riforma sociale che stava iniziando a prendere piede in alcune delle maggiori città americane dell'epoca, sulla spinta dell'industrializzazione crescente e, soprattutto, dei consistenti flussi migratori che ponevano sempre di più l'accento sulle questioni legate all'integrazione e all'inclusione sociale. Per quanto concerne la popolazione Lgbt, questa, di fronte alla mancanza di una vera e propria politica arcobaleno, ha iniziato ad auto-segregarsi spontaneamente, discostandosi dalla "normatività" diffusa, con il preciso intento di dare vita a spazi alternativi ai luoghi tradizionali della città. I primi quartieri gay nascono quindi con l'obiettivo di creare in città porzioni urbane non solo capaci di superare i problemi legati all'intolleranza omofobica ed eterosessista, ma anche simbolicamente vicine alle esigenze di una comunità che per troppo tempo era stata in ombra, occultando la propria visione del mondo e della città. I primi quartieri gay, quindi, possono essere descritti come uno strumento per dare vita e forma al carattere dei loro abitanti, soddisfacendone esigenze e bisogni sociali specifici.

Con il tempo i quartieri gay, grazie anche al supporto di politiche arcobaleno inclusive, incoraggiate sia dal movimentismo omosessuale (a partire dai moti di Stonewall), sia da valutazioni più propriamente economiche, hanno subito profonde trasformazioni, incontrando nuovi bisogni sociali. I più recenti processi di "gaytrification" (Rothenberg 1995) di molte delle principali città occidentali, fra le quali gli esempi maggiormente indagati nell'ambito

della letteratura sul tema sono rappresentati da Parigi (Sibalis 2004, Giraud 2014), Manchester (Binnie e Skeggs 2004) e Berlino (Gresillon 2000), si configurano come svolta e opportunità di cambiamento sociale ed economico. Simbolicamente, è dunque possibile sostenere che i diversi quartieri gay sparsi entro tutto il globo costituiscano oggi nel loro insieme una sorta di “internazionale solidarizzante antidoto al veleno eterosessista” all’interno del mondo democratico (Adam *et al.* 1999) capace di favorire l’avanzamento del grado di integrazione delle persone omosessuali e la progressiva apertura verso le rivendicazioni dei diritti civili dentro e fuori i confini urbani, agevolando positivamente l’attrattività e la ri-funzionalizzazione di alcune aree. Riprendendo le parole di Binnie e Skeggs: «*the branding of the space as cosmopolitan is part of a strategy to make the space less threatening, hence a more appealing and desirable space of consumption for a wider straight community*» (Binnie e Skeggs 2004: 229)

Occorre specificare però che la “vetrinizzazione dell’orgoglio Lgbt” (Corbisiero 2013), se da un lato, sul piano politico e culturale, ha il merito di aver incoraggiato solidarietà ed inclusione sociale, al tempo stesso, su un piano più propriamente economico, ha talvolta incentivato anche meccanismi di “mercificazione dello spazio pubblico” mediante l’imprenditorializzazione da parte delle amministrazioni locali di processi che dovrebbero essere spontanei e comunitari e che, invece, sono stati ricercati e costruiti, con l’obiettivo di trasformare alcune porzioni della città in luoghi dedicati al commercio e al consumo arcobaleno o di assumere lo status di luogo di cultura e di consumo Lgbt, anche a livello turistico, non sempre accompagnati da un reale impegno in termini di tutela e sostegno delle identità *rainbow*.

Un ultimo, ma non meno importante, aspetto da sottolineare è che i quartieri gay, quando si caratterizzano per il proprio essere luoghi di transito di capitale culturale e sociale, in cui prendono forma scambi, incontri, processi di contaminazione e socialità, riescono a mettere in discussione quelle teorie che individuano nella contemporaneità la morte dello spazio pubblico, mostrando, al contrario, come tali interstizi rappresentino delle vere e proprie agorà *queer*, capaci di modificare la geografia degli spazi urbani, configurandosi come poli di inclusività. Parafrasando Florida (2002), nel mondo globale la ricchezza si concentra principalmente nei posti in cui sono rilevabili quelle che egli ha definito le 3 T dello sviluppo economico, ovvero “tecnologia”, “talento” e “tolleranza”, sostenute da una classe creativa capace di sollecitare l’innovazione.



ne sociale: «*Without diversity, weirdness, difference, tolerance a city will die. Cities do not need shopping malls and convention centers to be economically successful, they need eccentric and creative people*» (Florida 2002: 9). Le classi creative sono principalmente orientate verso città e località che concedono opportunità economiche all'interno di un ambiente stimolante, creativo, inclusivo, aperto alle novità e al cambiamento.

#### 4. Operatori e fruitori

Quando si parla di quartieri gay non si fa riferimento a porzioni di città frequentate solamente da persone omosessuali; anzi, questi luoghi, pur essendo sagomati a misura di omosessuale, si configurano come spazi di inclusione, in cui la popolazione tutta è ben accolta. Al tempo stesso, l'esistenza di un quartiere gay in città non vincola la permanenza della comunità omosessuale a quello spazio, ma rende piuttosto evidente la presenza di tale gruppo all'interno della società. In altre parole, l'istituzionalizzazione di luoghi arcobaleno rientra nell'ambito di una strategia più ampia che tende a riconoscere tutte le identità e a rendere gli spazi urbani maggiormente legati al controllo sociale, quindi ad essere meno sgradevoli, maggiormente stimolanti e attraenti per la più ampia popolazione, oltre che per le persone omosessuali (Binnie e Skeggs 2006). Sotto questa angolazione critica, l'esistenza in città di un quartiere gay si configura come un fattore che consacra quel contesto a destinazione in cui tutti possono godere degli stessi diritti ed hanno la possibilità di manifestare, più o meno apertamente, la propria identità. Se in generale, quindi, le città post-moderne si caratterizzano per essere "generatori di diversità" (Jacobs 1961) in cui convivono differenze sociali, sessuali, urbane e culturali, l'attivazione della risorsa "gay friendly" e la riqualificazione urbana in termini di "cosmopolitismo" sono elementi in grado di conferire ad alcune delle città contemporanee lo status di difensori della piena cittadinanza per la popolazione Lgbt. In altri termini, i contesti urbani che ospitano al proprio interno quartieri gay assumono le fattezze di una piattaforma politica per l'accrescimento e il riverbero dei diritti e delle opportunità per tutti i cittadini, con ricadute positive relativamente alla sicurezza, agli scambi d'uso e alla formazione di nuovi rapporti socio-culturali.

Chiaramente, a godere principalmente dei servizi e a frequentare gli ambienti presenti all'interno dei quartieri gay sono le persone omosessuali (non

solo residenti, ma anche i turisti) che preferiscono queste zone per i momenti di socializzazione, riducendo al minimo la possibilità di essere vittima di episodi di intolleranza e omofobia (Hughes 2002, Cox 2002), scampando le pressioni conformiste della società eteronormata (Monaco 2019). Più specificamente, per le persone Lgbt il quartiere gay si caratterizza anche per essere un territorio in cui le possibilità di incontrare persone che condividono lo stesso orientamento sessuale si moltiplicano e nel quale possono avere luogo anche relazioni romantiche, sessuali, di amicizia e di famiglia. Frequentare posti in cui ci sono altri omosessuali produce capitale sociale e aumenta la consapevolezza delle opportunità e delle potenzialità connesse al vivere in comunità.

L'offerta all'interno dei quartieri gay appare assai diversificata, in linea con le differenti identità che compongono la "comunità omosessuale", la quale non è una entità monolitica, ma, al contrario, tiene al proprio interno profili, gusti e preferenze diversi, che rispondono ad esigenze variegata reclamate da lesbiche, gay, bisessuali e transgender: ecco, quindi, che in questi territori si trovano a convivere (e di conseguenza a frequentare spazi privati) soggetti appartenenti alla comunità omosessuale standard, ma anche membri di specifiche sub-comunità (come, ad esempio, quella "bear", costituita da maschi omosessuali i cui tratti distintivi sono ipervirilità, villosità generalizzata, cranio rasato, sovrappeso, o, ancora, quella "leather", i cui componenti si distinguono per il fatto di indossare indumenti ed accessori in pelle, generalmente di colore nero).

## 5. Casi studio

Uno dei quartieri gay più storici è il Greenwich Village di New York, situato nel Lower Manhattan, conosciuto anche come "il villaggio". Prima di essere oggetto di riqualificazione territoriale, tale porzione di territorio è stata per molto tempo utilizzata per la coltivazione di tabacco e per l'allevamento. Il processo di gentrificazione che l'ha coinvolta ha visto con il tempo l'insediamento di artisti, scrittori e pittori che, risiedendovi, lo hanno reso un quartiere bohème, aperto alle differenze, che ha ospitato, a partire dagli anni Sessanta del secolo scorso alcuni esponenti della comunità Lgbt americana.

È proprio qui che, nel 1969, hanno avuto luogo i cosiddetti moti di Stonewall: la polizia irruppe nel bar gay Stonewall Inn scagliandosi violentemente

mente contro alcuni clienti omosessuali e trans. In quella circostanza, però, la folla reagì, allontanando le forze armate e, nei giorni a seguire, si insediò nel territorio, uscendo dai locali privati, per rivendicare con forza e veemenza la legittimazione della propria identità.

Tali circostanze hanno fatto di Greenwich Village l'emblema del quartiere gay, posto nel cuore pulsante della città, con intorno college, università (come ad esempio l'Università di New York), il parco di Washington Square, cinema e teatri.

Con il passare del tempo il quartiere si è "omosessualizzato", ospitando strutture, ed attrazioni turistiche sia per la popolazione residente sia per i visitatori omosessuali provenienti da tutto il mondo. Nell'East Village la quasi totalità dei locali manifesta il proprio essere gay friendly, aprendo le proprie porte alla popolazione intera purché chi vi entri dimostri spirito di inclusione e rispetto delle diversità, nell'ambito di un'atmosfera sociale di tipo queer.

Il Greenwich Village ospita, inoltre, movimenti artistici, culturali e sociali, accogliendo mostre, eventi e fiere.

Anche San Francisco si distingue per il proprio quartiere gay, Castro, che attira ogni anno moltissimi turisti. La città si caratterizza da sempre per la propria apertura mentale e per il vivace clima culturale, ospitando etnie, culture, tradizioni e identità diverse, che si mescolano, contaminano e arricchiscono vicendevolmente. La comunità omosessuale è protagonista di diversi eventi, che si susseguono nel corso dell'anno. Tra tutti, è da annoverare certamente la San Francisco Gay Parade, che si tiene a giugno, e che vede la partecipazione di migliaia di manifestanti, che scendono in strada in un clima spensierato e festoso. Tra i più celebri luoghi di ritrovo presenti in città sono certamente da annoverare nella 18esima Strada lo storico Bar The Castro, ma anche il Casual Castro hotspot, in cui ogni mercoledì ha luogo lo spettacolo drag, così come pure l'Edge, un locale specificamente rivolto agli amanti degli uomini omosessuali più adulti.

Per quanto riguarda il contesto europeo, uno dei quartieri gay forse più noti è Soho a Londra. Si tratta di una zona collocata in pieno centro cittadino, nella quale risiede la maggior parte della popolazione omosessuale, che usufruisce di una serie di attrazioni e servizi specificamente dedicati a questo target. In particolare, qui ci sono negozi, associazioni culturali e sportive dedicate alla comunità Lgbt, così come una serie di club, per soli uomini o sole donne, tra

cui il più famoso è certamente il “G-A-Y”, situato in Villiers Street, dotato di diverse sale per ballare e per lasciarsi trascinare dalla musica.

Restando in tema di quartieri gay presenti in grandi capitali, non è possibile non fare riferimento al Marais di Parigi, che si sviluppa tra il 3° e il 4° arrondissement. Si tratta di una porzione di territorio, un tempo pericolosa, oggi frequentata principalmente da omosessuali e giovani universitari. In questo quartiere si trovano molte tipologie di locali arcobaleno che spaziano dai classici bar o discoteche fino ad arrivare alle saune. Tra i locali più noti c'è il “Le Depot”, situato in 10 Rue aux Ours, noto sia per le sale in cui ballare, sia per gli spazi specificamente riservati agli incontri. A pochi passi dal club, vi è poi la sauna gay “Sun City”, tra le più frequentate ed apprezzate dai viaggiatori stranieri. Altri locali gay-friendly degni di nota sono “l'Open Café”, “Le Duplex”, “Le Raidd Bar” ed il “Banana Café”.

Anche la Chueca di Madrid si trova in pieno centro, a pochi passi dalla zona universitaria. Per molto tempo il posto è stato malfamato, frequentato principalmente da spacciatori e tossicodipendenti. Nei primi anni Ottanta del secolo scorso, a seguito della caduta del regime di Franco, la zona è stata protagonista di una intensa opera di restyling, trasformandosi in poco tempo nel “distretto gay” della città, in cui hanno iniziato a prendere vita locali privati, strutture ricettive, saune ed associazioni arcobaleno. Ciò ha spinto molti omosessuali a partire dai primi anni Novanta a prendere casa in questo distretto, coniugando le esigenze abitative a quelle di socialità.

Tra le città spagnole che ospitano al proprio interno un quartiere gay non è possibile non citare Barcellona, in cui il distretto Eixample è stato soprannominato dalla gente del posto “Gayxample”. È qui, infatti che si concentrano i cosiddetti locali “de ambiente” (club privati e discoteche), di cui i più noti sono il “Metro” e l' “Arena”, riservati al solo pubblico maschile, e l' “Aire”, il “My Lovah Cindy” e il “Silk Barcelona”, a cui possono accedere soltanto le lesbiche. Sempre al Gayxample non solo la quasi totalità dei negozi presenti (di abbigliamento, ma anche di servizi per la persona) sfoggia all'entrata la bandiera con i colori tipici del movimento omosessuale, ma sono presenti anche strutture ricettive riservate a soli ospiti gay, come l' “Axel Hotel Barcelona & Urban Spa”, che fa dell'accoglienza omosessuale il proprio tratto distintivo.

Per quanto riguarda, infine, l'Italia occorre specificare che anche all'interno delle città che si dimostrano più aperte ed inclusive non esistono distretti propriamente gay, se non di piccola o temporanea entità. A Roma, ad esempio,

la zona gay per antonomasia è rappresentata da via San Giovanni in Laterano, una strada nei pressi del Colosseo, che è conosciuta con il nome di uno dei più celebri ed antichi locali gay del posto, ossia “Coming Out”. Qui si susseguono discoteche, saune, circoli ricreativi. Tuttavia, strutture e locali sono presenti anche in altri quartieri della capitale, come le discoteche “Muccassassina”, in zona Prenestina, il “Frutta e Verdura” in zona Portuense o il Circolo di cultura omosessuale “Mario Mieli” che si trova in prossimità di Basilica San Paolo. Lontano dal centro, poi, ogni estate la città accoglie il “Gay Village”, uno spazio urbano sostenuto anche con fondi dell’amministrazione comunale dedicato a eventi politici, culturali e sociali.

Profilo analogo è quello della città di Napoli. Anche se il capoluogo partenopeo ha da pochi anni riconosciuto a livello istituzionale il distretto Lgbt nel centro antico della città, sponsorizzandolo sulla cartografia ufficiale presente sul sito del Comune e presso gli infopoint sparsi entro tutto il territorio, la comunità omosessuale napoletana vive diverse porzioni urbane, in particolare le piazze, spazi aperti, che ospitano più subculture, tra cui le più celebri sono Piazza dei Martiri, Piazza Monteoliveto, Piazza Santa Maria La Nova, Piazza San Domenico.

## Bibliografia

- Adam B.D., Duyvendak J.W. e Krouwel A. (a cura di) (1999), *The global emergence of gay and lesbian politics. National imprints of a worldwide movement*, Philadelphia, Temple University Press.
- Aiken D. (1976), “Chicago”, *The advocate*, 198, pp. 2-28.
- Barbagli M. e Colombo A. (2001), *Omosessuali moderni. Gay e lesbiche in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Binnie J. e Skeggs B. (2006), *Cosmopolitan urbanism*, New York, Routledge.
- Binnie J. e Skeggs B. (2004), “Cosmopolitan knowledge and the production and consumption of sexualized space: Manchester’s gay village”, *The Sociological Review*, 52, pp. 39-61.
- Blumer H. (1954), “What is wrong with social theory?”, *American sociological review*, 19(1), pp. 3-10.
- Carr N. e Poria Y. (a cura di) (2010), *Sex and the Sexual during People’s Leisure and Tourism Experiences*, Cambridge, Cambridge Scholars Publishing.

- Clift S., Luongo M. e Callister C. (a cura di) (2002), *Gay tourism: Culture, Identity and Sex*, Londra, Continuum.
- Collins A. (2004), "Sexual dissidence, enterprise and assimilation: bedfellows in urban regeneration", *Urban Studies*, 41 (9), pp. 1789-1806.
- Corbisiero F. (2015), *Over the rainbow city. Toward a new Lgbt citizenship in Italy*, Milano-New York, McGraw-Hill Education.
- Corbisiero F. (2016), *Sociologia del turismo LGBT*, Milano, Franco Angeli.
- Corbisiero F. (a cura di) (2013), *Comunità omoessuali. Le scienze sociali sulla popolazione Lgbt*, Milano, Franco Angeli.
- Corbisiero F. e Monaco S. (2017), *Città arcobaleno. Una mappa della vita omoessuale nell'Italia di oggi*, Roma, Donzelli.
- Cox M. (2002) "The long-haul out of the closet: The journey from smalltown to boystown", in S. Clift, M. Luongo e C. Callister (a cura di), *Gay Tourism: Culture, Identity and Sex*, Londra, Continuum, pp. 155-173.
- De Larocque G. (2006), *Gli omoessuali*, Roma, Armando Editore.
- Florida R. (2002), *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York, Basic Books.
- Franklin A. (2003), *Tourism: An Introduction*, Londra, Sage Publication.
- Giddens A. (1993), *New rules of sociological method*, Stanford, Stanford University Press.
- Giraud C. (2014), *Quartiers gays*, Parigi, PUF.
- Gresillon B. (2000), "Faces cachées de l'urbain ou éléments d'une nouvelle centralité? Les lieux de la culture homosexuelle à Berlin", *L'Espace Géographique*, 29 (4), pp. 301-313.
- Guaracino J. (2007), *Gay and Lesbian Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Hughes H. (2002), "Gay men's holiday destination choice: A case of risk and avoidance", *International Journal of Travel Research*, 4, pp. 299-312.
- Ivy R. L. (2001), "Geographical variation in alternative tourism and recreation establishment", *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 3 (3), pp. 338-355.
- Jacobs J. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Vintage Books.
- Kirkey K. e Forsyth A. (2001), "Men in the valley: Gay male life on the suburban rule fringe", *Journal of Rural Studies*, 17, pp. 421-441.
- Leap W. (1999), "Language, socialization, and silence in gay adolescence", in Bucholtz M., Liang A.C. e Sutton L.A. (a cura di), *Reinventing identities: the gendered self in discourse*, New York, Oxford University Press, pp. 59-96.

- Levine M. (1979), *Gay Men*, New York, Harper and Row.
- Macé-Scaron J. (2001), *La tentation communautaire*, Parigi, Plon.
- Monaco S. (2019), *Sociologia del turismo accessibile. Il diritto alla mobilità e alla libertà di viaggio*, Velletri, PM Edizioni.
- Murray S.O. (1996), *American gay*, Chicago, University of Chicago Press.
- Park R.E. (1928), "Human migration and the marginal man", *American Journal of Sociology*, 33, pp. 881-893.
- Plummer K. (1975), *Stigma*, Londra – New York, Routledge.
- Rinaldi C. (2008), "Verso la devianza emancipativa. L'omosessualità negli studi di sociologia della devianza dagli anni Venti alla fine dei Settanta in America", in Trappolin L. (a cura di), *Per una sociologia dell'omosessualità. Omosapiens 3*, Roma, Carocci, pp. 49-62.
- Rothenberg T. (1995) "And she told two friends: lesbian creating urban social space" in Bell D. e Valentine G. (a cura di), *Mapping desire: Geographies of sexualities*, Routledge, Londra-New York, pp. 165-181.
- Sibalis M. (2004), "Urban Space and Homosexuality: The Example of the Marais, Paris Gay Ghetto", *Urban Studies*, 41 (9), pp. 1739-1758.
- Weston K. (1995), "Get thee to a big city. Sexual imaginary and the great gay migration", *A journal of lesbian and gay studies*, 2, pp. 253-277.
- Whitemore G. (1975), "West side", *The advocate*, 175 (10), pp. 48-51.
- Whittle S. (1994), *The margins of the city. Gay men's urban lives*, Aldershot, Ashgate Publishing Ltd.
- Wirth L. (1928), *The Ghetto*, Chicago, University of Chicago Press.
- Wittman C. (1972), "A gay manifesto", in Jay K. e Young A. (a cura di) *Out of the closets: voices of gay liberation*, New York, Douglas Book, World Publishing, Times Mirror, pp. 2-31.

L

Locali notturni – SILVIA CRIVELLO





# L I locali notturni tra consumo post-moderno ed economia della notte

---

di Silvia Crivello<sup>1</sup>

Da qualche decennio in letteratura si sono diffusi scritti che documentano la crescita e lo sviluppo di “nuove” forme di consumo tipicamente urbane e post-moderne in relazione, ad esempio, a centri commerciali (Zukin 1995), esperienze culturali (Harvey 1989a), eventi di vario tipo (Hiller 2000). Tra questi lavori hanno preso spazio anche studi che hanno riguardato la relazione tra spazi urbani e luoghi di consumo notturno: particolare enfasi è stata data all'intrattenimento serale e all'analisi delle trasformazioni di aree della città in *nightlife hotspot* (Hollands e Chatterton 2003), veri e propri nodi di trasformazione dello spazio urbano legati a forme non tradizionali di consumo e di divertimento. Se, infatti, le città da sempre si sono caratterizzate come i luoghi del *pleasure-seeking* (Urry 1990), oggi nuove suggestioni scaturiscono dalla promozione della vita “della notte”. Quest'ultima, sinteticamente intesa come il rituale concentrazione, specialmente durante il fine settimana, di giovani e adulti nei bar, nei pub e nei club del centro città (Hollands 1995), è sempre più frequentemente vista quale *driver* economico tanto che è oggi lecito parlare di una vera e propria “night-time economy” (Lovatt e O' Condor 1995, Hannigan 1998).

*Recent transformations in the nightlife of city centres in Europe have brought the relationship between urban spaces and forms of consumption by people into a sharper focus for urban planners and policy-makers. In this work the concept of 'playscape' is presented in a framework of reflections on urban renewal and spatial development. After introducing the case of Turin, a northwest Italian city with a profound industrial heritage, the analysis explores its night-time recreational space, in particular by presenting maps and classifications in terms of the location of pubs, bars, clubs and music venues. The dynamics of the spaces of urban leisure and renewal in an urban centre characterised by a strong Fordist past provide the basis for reflections on new forms of the centralisation and marginalisation of specific spaces, venues, populations and parts of the city.*

1 Dottore di ricerca, è ricercatrice in Sociologia del Territorio presso il Politecnico di Torino dove insegna Sociologia Urbana e Sociologia dell'Ambiente. I suoi principali campi di ricerca riguardano la città, le politiche culturali, la sostenibilità e la resilienza urbana. Dal dicembre 2016 è membro del Consiglio Scientifico della sezione AIS di Sociologia del Territorio.

## 1. Definizione e storia

Le scienze sociali hanno da sempre mostrato interesse per le attività di consumo e gli spazi diurni urbani a discapito, invece, di quelli notturni. Ad eccezione di alcuni pionieristici studi (Cauquelin 1977; Melbin 1978), è soltanto a partire dalla seconda metà dagli anni '90 del secolo scorso che la notte ha cominciato ad essere oggetto di dibattiti scientifici in relazione alla città focalizzando l'attenzione, in particolare, sul ruolo che i luoghi dell'intrattenimento e della vita notturna hanno assunto all'interno delle logiche spaziali e sociali delle città.

La letteratura nel campo è oggi piuttosto ampia e spazia da riflessioni circa il ruolo della città nell'alimentare il consumo di esperienze urbane nel circuito capitalistico (si veda per esempio Hannigan 1998), il ruolo di locali e spazi del divertimento nel negoziare alterità e socializzazione (per esempio si pensi ai contributi raccolti in Skelton e Valentine 1997, si veda anche Riley *et al.* 2010, Tan 2012), incluse prospettive femministe e queer (Binnie e Skeggs 2004, Boyd 2010, Hutton 2011, Pini 2001), analisi dei regimi di regolamentazione della vita notturna nello spazio urbano, inclusi specifici problemi legati a sicurezza e uso di alcool (Chatterton e Hollands 2002 e 2003), lavori tesi a esplicitare i collegamenti fra scena del divertimento e neoliberalismo urbano, per esempio nei termini di gentrification (Cybriwsky 2011, Hae 2011, Spracklen *et al.* 2013), e altri studi più vicini ai *cultural studies*, evidenziando, per esempio, i processi di soggettivazione – incluse soggettivazioni politiche – prodotti attraverso le pratiche del divertimento e del clubbing (Malbon 1999, Northcote 2006, Shaw 2014).

All'interno del dibattito, uno tra i concetti che ha maggiormente preso piede è stato quello di “night-time economy” con particolare riferimento al tentativo di mantenere vivo, inizialmente del nord dell'Inghilterra, il centro delle città anche nel pomeriggio e nelle ore serali; verso tali parti della città, infatti, la classe media si riversava di giorno – essenzialmente per motivi di lavoro o di fruizione di servizi – per poi abbandonarle quando ritornava nelle proprie abitazioni collocate nei quartieri periurbani più esterni. La night-time economy ha cominciato ad essere intesa, dunque, come una delle leve su cui la città contemporanea poteva investire in quanto strumento capace di rivitalizzare i centri che, da una certa ora in poi, soffrivano di mancanza di attrattività (Bianchini 1995, Lovatt e O'Connor 1995). A cominciare dal Regno Unito la night-time economy è divenuta, con differenti gradi d'intensità e di diffusione

a seconda dei diversi contesti, un fenomeno osservabile a livello globale (Shaw 2015), non esente, però, anche da problematiche e criticità.

Philip Hadfield (2015) sostiene che sia possibile ricondurre gli studi sulla night-time economy a tre differenti momenti. I primi lavori, sviluppatasi all'incirca nella seconda metà degli anni '90, sarebbero stati caratterizzati, per l'appunto, dalla celebrazione di politiche urbane volte ad utilizzare spazi ed attività notturne per aumentare la vitalità e l'attrattività dei centri città; l'adozione in tutto il mondo di politiche che supportano la 'città 24/7' (espressione che indica un servizio sempre attivo, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, Bianchini 1995, Lovatt e O'Connor 1995), sul piano amministrativo favoriva anche la deregolamentazione delle licenze e degli orari di apertura che a sua volta sosteneva le politiche neoliberiste introdotte dal governo Thatcher (che, per l'appunto, considerava regolamenti e rigidità limiti allo sviluppo economico urbano: Shaw 2015).

Dalla prima metà degli anni 2000, si sarebbe invece sviluppata una "seconda ondata" di studi in netto contrasto con i precedenti; l'obiettivo di questi lavori era quello di evidenziare come le politiche di deregolamentazione delle licenze, in assenza di appropriate politiche di controllo, avessero portato, molto spesso, ad un peggioramento del generale stato di salute dei fruitori del locale e ad una maggiore problematicità riguardo il grado di convivenza tra i diversi gruppi di consumatori. Ne era conseguita, dunque, l'adozione, da parte delle amministrazioni comunali, di politiche impostate su maggior controllo e sicurezza. In particolare, l'interesse si era incentrato sui rischi per la salute pubblica causati dal consumo eccessivo di bevande alcoliche e di stupefacenti (Hadfield 2015) e sulla relazione tra tale consumo e l'aumento di comportamenti problematici (rumore, risse, atti vandalici, ecc., Chatterton e Hollands 2002, 2003).

I più recenti studi su spazi e consumi notturni si sono imperniati sugli effetti che le problematiche individuate negli anni 2000 hanno generato in termini di impatti spaziali e sociali. Numerosi studi si sono interessati agli strascichi che la diffusione di strategie legate alla sicurezza ed alla sorveglianza (installazione di telecamere, maggiore illuminazione, aumento del presidio delle forze dell'ordine) hanno avuto sull'esperienza della notte, spesso mettendo in luce effetti ambigui, talvolta anche svantaggiosi (Brands *et al.* 2016). Altre ricerche hanno indagato come queste politiche abbiano contribuito a produrre o rinforzare determinate forme di esclusione, evidenziando come gli spazi notturni siano caratterizzati anche da discriminazioni profonde in termini di

età (Roberts e Turner 2005), classi sociali (Chatterton e Hollands 2003), razza (Grazian 2009), genere (Cattan e Vanolo 2015).

## **2. Cenni sulle caratteristiche architettoniche, urbanistiche e naturalistiche**

I locali notturni sono diventati negli anni recenti, anche in Italia, luoghi dove architetti e designer possono dare libero spazio alla propria immaginazione, sperimentando scelte che spaziano dall'interior design all'arredamento, dalla grafica all'arte, dalla luce alla musica, dalla moda alla performance.

Durante gli anni '70 e per i primi anni '90, sotto l'effetto di quella che era stata definita la "febbre del sabato sera", si svilupparono le discoteche quali contenitori del divertimento di grandi dimensioni; sono stati questi gli anni in cui si è affermata la cosiddetta "Milano da bere" come simbolo del benessere italiano e il capoluogo lombardo è divenuto la città modello per le nuove tendenze della moda, del design e del divertimento.

Negli anni a seguire molte discoteche vengono trasformate in discobar, in night club, o ancora in club, più contenute in dimensioni, con sale privè ed una fruizione diversificata per diversi giorni della settimana; sono gli anni in cui, unitamente anche al divieto di fumare, e quindi a una cura maggiore dell'ambiente, si comincia a concentrare l'attenzione sul design e sulla qualità dell'estetica degli spazi del divertimento notturno. Le nuove tendenze guidano la nascita di nuovi locali o il restyling di locali già esistenti ma che devono sottostare alle nuove regole imposte dal vivere la vita della notte; le discoteche e i locali da più generici contenitori di massa di ampie dimensioni si trasformano in locali *fashion* per un pubblico selezionato, dall'arredamento e dal design ricercato. Il minimal la fa da padrone negli arredi, si punta soprattutto al dettaglio con elementi d'arte e agli effetti illuminotecnici, che incidono in maniera forte sul fascino di un locale.

*Contaminazione* è la parola che definisce al meglio il cambiamento dei locali. Hall di hotel, sale convegni, teatri, ristoranti, lounge bar si trasformano in locali dove il divertimento parte dall'evento o dalla convention, per andare all'happy hour oppure alla cena, diventando poi spazio per il ballo o musica dal vivo nelle ore più tarde. Il carattere dell'architettura è importantissimo: il bello non solo è richiesto, ma è necessario, bello inteso come forma e funzione – dalle percorrenze

interne alle disposizioni dei bar, dei privé, delle sale, ecc. – pena l'insuccesso del locale. La richiesta del fruitore è quella di essere stupito con un locale *fashion*, di tendenza, “contaminato”, per l'appunto, con la moda, con l'arte, con il design.

Dal momento che però le tendenze, per definizione, hanno una durata sempre più rapida, si tende ad evitare un'immagine troppo scenografica che accorcerebbe la durata dell'offerta. Come sostiene Daniele Beretta, uno tra i più noti architetti degli spazi notturni milanesi: «Entrare in un locale con un design scenografico molto caratterizzato per il popolo della notte equivarrebbe ad andare sempre alla stessa festa. Le architetture della notte devono invece essere camaleontiche, istrioniche, luoghi perfetti anche per ambientare una festa aziendale, una convention, una presentazione. I locali cambiano colore, forma e concept adattandosi a quello dell'ambiente circostante, alle richieste del periodo storico, ma mutano anche in base all'umore e all'estro del loro progettista».

### **3. Analisi sociologica delle funzioni e trasformazioni del tipo di luogo nella società contemporanea**

I cambiamenti sociali ed economici degli ultimi decenni hanno generato importanti ristrutturazioni nelle città occidentali: riassumendo in poche righe un dibattito durato molti anni, si è passati in generale da un'economia di stampo fordista ad una fase successiva caratterizzata da modalità di consumo più varie e segmentate (Kneale e Dwyer 2008) e da forme di specializzazione e di accumulazione flessibile di capitale (Harvey 1989b) che implicano una crescente quota di simboli e contenuti culturali (Lash e Urry 1994). Parallelamente, si è assistito alla crescente globalizzazione e al cambiamento di scala nella competizione economica (Dicken 2007), fenomeni che hanno aperto nuovi spazi di competitività per le città, accompagnando, tra l'altro, il passaggio da politiche urbane improntate sul welfare ad altre basate sull'imprenditorialità (Harvey 1989b). Queste generali dinamiche dello scenario economico ben si sovrappongono alla rinnovata centralità del tema degli spazi della ricreazione urbana. Dall'inizio del nuovo secolo sempre maggiore interesse hanno destato i luoghi dell'intrattenimento e della vita notturna ed il ruolo che essi hanno assunto all'interno delle logiche spaziali e sociali delle città (Chatterton e Hollands 2002). Il playscape, concetto introdotto da Chatterton e Hollands (2002), può essere inteso come il *locus* dove si svolgono le interrelazioni tra produzione, regolazione e consumo delle attività

di ricreazione notturna. Si tratta di uno spazio essenzialmente post-moderno, in quanto legato alla ricreazione e al loisir (Urry 1990), con un'elevata presenza di contenuti culturali e di simbolismi sociali (la frequentazione di un certo locale si lega inevitabilmente a questioni di status; a tal proposito si veda Klein 2000). Nondimeno, il *playscape* rappresenta oggi una leva della competitività urbana, in quanto ormai da anni (si pensi alle prime pionieristiche osservazioni di Aydalot 1986) è ampiamente riconosciuto come i "flussi globali" che le città tentano di attrarre con operazioni di marketing territoriale (turisti, investimenti, artisti, ecc.) siano fortemente attenti al clima culturale e ricreativo della città. Senza contare il ruolo propulsivo che esso può giocare rispetto alla soddisfazione e al senso di partecipazione ai destini della città da parte dei cittadini (Hannigan 1998). Riguardo al potere attrattivo degli spazi del divertimento notturno rispetto all'attrazione di flussi globali è imprescindibile il contributo, per molti versi osteggiato e controverso, fornito dai lavori di Richard Florida secondo cui il capitalismo si sarebbe mosso, negli ultimi anni, verso una nuova fase epocale caratterizzata da un cambiamento nell'importanza dei fattori produttivi; il capitale umano, e la capacità creativa in particolare, costituirebbero oggi il principale fattore della crescita economica. Cuore di una politica urbana, in questo approccio, è attrarre la "classe creativa" (Florida 2002), ossia quei professionisti di talento, specializzati in attività ad alto contenuto di conoscenza (artisti, ricercatori, giornalisti, consulenti, manager, scrittori, ecc.) che rappresentano il vero motore dello sviluppo nelle società occidentali. Tali soggetti, infatti, si rivelerebbero particolarmente mobili nello spazio e attratti non solo da ricompense economiche (salari), bensì da luoghi riconosciuti come particolarmente creativi e attraenti. In questo senso, il legame fra politiche di marketing urbano e politiche culturali-creative della città diviene evidente. Lo stesso Florida fornisce alcune indicazioni circa gli "ingredienti" in grado di attrarre la classe creativa e di creare il cosiddetto "people climate". In particolare, discutendo delle celebri "tre T" (tecnologia, talento, tolleranza; Florida 2002 e 2003), l'autore cita espressamente l'importanza del *buzz*, della facilità all'interazione sociale, elemento già individuato da una certa letteratura sullo sviluppo industriale (Saxenian 1994, Storper e Venables 2004). In altre parole, la presenza di un *playscape* vivace renderebbe più attrattivo un luogo agli occhi della classe creativa, fornendo molteplici possibilità di interazione informale e casuale. Markusen (2006) asserisce, infatti, come la sola agglomerazione di creativi non assicuri la formazione di un *creative habitus* (Bourdieu 1993), mettendo invece in risalto l'importanza di strutture spaziali quali club,

studi, locali che possono favorire opportunità di socializzazione, di confronto, di scambio, ecc.; anche Scott (2006) pone in luce come la base della produzione di nuove idee e la “connettività sociale” si articolerebbero tanto negli ambienti formali di lavoro quanto nei contesti informali del tempo libero, appunto. Le città dovrebbero, quindi, favorire un clima culturale che promuova la diversità e la proliferazione di strutture per il tempo libero, servizi ed opportunità ricreative sia di giorno che di notte (Bianchini 1995). Si tratta delle cosiddette *cities that buzz* (Storper e Venables 2004), le quali devono, dunque, essere incentrate sulla presenza di amenities (Peck 2005), ricche di luoghi piacevoli, di scambio e di interazione quotidiana fluida (Florida 2002, le definisce “plug and play communities”). I lavori di Florida, al di là di una fortissima popolarità, sono stati oggetto di varie critiche accademiche; sintetizzando le disamine di Peck (2005) e Scott (2000 e 2006), il concetto di “città creativa” risulterebbe essere spesso vago, tanto da essere manipolato per giustificare praticamente qualsiasi politica urbana. Non solo: la promozione del playscape e di spazi attrattivi per la classe creativa spesso favorirebbe forme di esclusione e di ingiustizia sociale: si pensi ai casi di gentrification legati allo sviluppo di alcune aree, o al crescente divario fra chi può permettersi e chi non può la partecipazione alle nuove forme di consumo urbano (la “città dello spettacolo” già discussa nel 1989 da David Harvey).

#### 4. Considerazioni su operatori/fruitori/utenti del tipo di luogo

Negli ultimi decenni in Italia le attività ricreative notturne hanno assunto un peso – sociale, culturale ed economico – crescente. La diffusione di nuove forme di consumo e ricreazione negli spazi urbani notturni si svilupperebbe, assieme alla diffusione di modelli post-fordisti, a cui occorre aggiungere, da un lato, fattori come l'estensione, rispetto a pochi anni fa, della fase giovanile (si vedano, ad esempio, i lavori di Irwin sui temi come “post-adolescenza” e “mezza giovinezza”; Irwin 1995), dall'altro, il considerare il consumo ed il leisure quali elementi sempre più centrali nella vita di un individuo (Willis 1990, Hollands 1995).

Si è visto come la città 24/7 sia stata utilizzata come uno strumento di marketing da tutte quelle città desiderose di reinventare sé stesse e di diventare competitive. Sono molti gli autori che inseriscono la vita notturna tra gli elementi da sviluppare nel quadro di una strategia di promozione della città, tra tutte, la teoria della classe creativa di Richard Florida (2002) secondo cui fortuna di una



città nell'epoca capitalistica dipende principalmente dalla capacità di attirare la cosiddetta "classe creativa": una categoria per certi versi vaga che comprende essenzialmente coloro che lavorano in settori ad alta intensità di conoscenza. E dal momento che questa popolazione è caratterizzata da essere estremamente mobile nello spazio, per una città diviene indispensabile offrire un'offerta culturale competitiva. In questo contesto, la presenza di una scena notturna vivace gioca un ruolo fondamentale nel trasmettere l'idea di una città viva.

Gli spazi notturni sono anche tasselli importanti di competitività turistica. Tra i casi maggiormente citati si possono ad esempio citare quelli di Berlino e Barcellona dove la vita notturna rappresenta uno degli aspetti centrali della "capacità" della città di attirare turisti. Secondo uno studio realizzato a Barcellona, la vita notturna è il principale motivo della visita per quasi il 20% dei turisti, una percentuale che sale in modo considerevole per i turisti con meno di 24 anni (Giordano e Gwiazdzinski 2018).

I locali notturni rappresentano un fattore di attrattività anche per gli studenti universitari. Il crescente impatto che gli studenti hanno sull'economia e la società urbana è ormai ampiamente riconosciuto soprattutto nei casi di città universitarie di medie dimensioni dove la capacità di attrarre nuovi studenti nazionali ed internazionali diventa un obiettivo centrale delle politiche urbane. Se l'eccellenza delle istituzioni accademiche è certamente un criterio di scelta, la presenza di una vita culturale e notturna dinamica e vibrante diviene, molto spesso, uno dei criteri di scelta del luogo di studio (Landry 2000, Florida 2002 e 2003).

Se gli spazi della vita notturna rappresentano un'opportunità economica, essi possono essere anche fonte di conflitti; proprio l'espansione delle attività ricreative notturne ha infatti prodotto una serie di problematiche che riguardano principalmente il costante aumento dei conflitti generati dall'utilizzo sincronico degli spazi urbani. Il 'diritto alla notte', così come il 'diritto al sonno' sono reclamati da soggetti diversi ma che condividono all'incirca gli stessi spazi (i consumatori e i proprietari dei locali notturni in nome del divertimento, i residenti in nome del riposo) caratterizzati spesso da bisogni opposti e incompatibili. Di fronte a problematiche di questo genere, le politiche urbane non hanno adottato un posizionamento ben definito: si va da amministrazioni che hanno perseguito politiche di "tolleranza zero" (basate su chiusure anticipate dei locali e divieto di vendita di bevande alcoliche dopo un certo orario) ad altre che hanno cercato di mediare maggiormente tra le due posizioni estreme.

La crescente attività notturna che caratterizza la città contemporanea è, inoltre, accompagnata anche da un aumento dei lavoratori notturni e proprio la creazione di nuovi posti di lavoro sembra essere una delle principali motivazioni con cui molti attori pubblici hanno sostenuto l'apertura e la diffusione di spazi e locali (Giordano e Gwiazdzinski 2018).

Il lavoro notturno si basa, nella maggior parte dei paesi europei tra cui anche l'Italia, su uno statuto legale specifico: esso può essere ristretto solo ad alcuni settori particolari e la remunerazione prevista è generalmente superiore a quella del lavoro diurno. Oggi questo statuto particolare del lavoro notturno sembra perdere progressivamente significato in primis perché la città contemporanea si caratterizza per funzionare 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Questa progressiva liberalizzazione del lavoro notturno è stata recentemente al centro di diversi dibattiti e generalmente presentata in termini negativi, soprattutto in relazione agli impatti sulla salute dei lavoratori (Giordano e Gwiazdzinski 2018). In generale, piuttosto che essere intrinsecamente negativa, l'attuale diffusione del lavoro notturno sembra rafforzare delle disuguaglianze già esistenti nel mercato del lavoro, a seconda che il lavoro notturno sia una libera scelta o un'imposizione. Celebre è il monito: «Non vogliamo una città di camerieri!», proprio a segnalare la diffusione nelle città di una schiera di persone impegnate in lavori scarsamente qualificati e malpagate. Numerose sono le critiche riguardanti il fatto che la maggior parte dei lavori notturni siano riconducibili a contratti atipici, che incentivano il precariato, se non il lavoro nero e scarsamente qualificato; su tutte valga l'attualissima protesta dei *riders* che a qualsiasi ora del giorno e della notte, in settimana e nel weekend, e pressoché privi di qualsiasi garanzia, consegnano a domicilio cibo ordinato su internet.

## 5. Caso studio

La ricerca qui presentata si riferisce al caso dei locali notturni di Torino e al legame fra vita notturna e trasformazioni materiali ed immateriali della città: la nascita e la celebrazione, negli ultimi decenni, della movida torinese rappresenta, infatti, un nodo importante nella costruzione di un nuovo immaginario urbano per Torino, promuovendo, di fatto l'immagine di centro "post-fordista" (Vanolo 2008).

L'idea che il comparto dell'entertainment possa svolgere più di altri una funzione di legante, connettendo diverse filiere della produzione culturale e

costituendosi come naturale laboratorio d'innovazione (Torino Internazionale 2006) rientra nella più generale politica culturale intrapresa negli ultimi decenni dalla città che, a partire dalle esperienze pionieristiche dei Puntì Verdi e di Settembre Musica sul finire degli anni '70, ha raggiunto il massimo momento di celebrazione del lato ameno e spettacolare della città con i Giochi Olimpici Invernali del 2006 (Martina 2006); da una Torino operaia semideserta la notte e operosa di giorno degli anni Settanta e Ottanta del secolo scorso si è passati alla Torino, preponderante nelle narrazioni degli anni Novanta e Duemila, che si diverte e che celebra se stessa e la propria *movida* (Crivello 2011).

La città, inoltre, ha avviato durante gli anni '90 del secolo scorso, mediante alcuni programmi complessi di rigenerazione urbana, un processo di riqualificazione che ha investito varie parti del territorio e che ha prodotto sia interventi fisici dei luoghi che sostegno al tessuto sociale ed economico locale. In questo processo di ristrutturazione i locali notturni dell'entertainment hanno agito come componenti centrali tanto è vero che mentre alcune zone (il Quadrilatero romano in primis, ma anche i Murazzi, San Salvario, Vanchiglia e Borgo Rossini, cfr. fig. 1) erano viste, sino a poco prima, soprattutto di notte, come luoghi marginali, caratterizzati da criminalità e delinquenza, esse sono state – alcune aree lo sono tuttoggi – una parte trainante dello sviluppo urbano.



*Figura 1. I quartieri della scena notturna torinese (elaborazione dell'autrice)*

Nel caso torinese, è interessante innanzitutto interpretare la proliferazione di nuovi locali come un'ipotetica reazione, nelle forme del consumo e della regolazione della vita urbana, ai dettami del tradizionale "modello fordista" che per secoli aveva caratterizzato la città; secondo tale modello i locali e la vita notturna avevano nella vita di tutti i giorni un ruolo marginale, con orari di apertura ridotti, in maniera che «il divertimento della sera prima non interferisse con la produttività del giorno dopo» (intervista ad un proprietario di un locale del Quadrilatero) o, per citare le parole pronunciate nel 1982 dallo stesso Giovanni Agnelli, «Torino ricorda le antiche città di guarnigione, i doveri stanno prima dei diritti, il cattolicesimo conserva venature gianseniste, l'aria è fredda e la gente si sveglia presto e va a letto presto; l'antifascismo è una cosa seria, il lavoro anche ed anche il profitto...».

Analizzando la distribuzione dei locali notturni emerge una fortissima concentrazione di strutture in un'area tutto sommato ristretta. Tale divario si accentua, ancor di più, se si guarda, oltre che alla distribuzione, anche alla tipologia delle strutture stesse: alla zona centrale della città, oggi affollata di caffè, locali etnici e vinerie (luoghi in cui divertirsi, ascoltare musica, cenare, consumare il rito dell'aperitivo tra design minimale, atmosfere lounge, ricerca delle tradizioni enogastronomiche ed innovazione), non corrispondono uguali situazioni nelle zone più esterne della città dove, invece, si evidenziano spazi sgovernati di strutture e locali di tipo più standardizzato, seriale, capaci di offrire un servizio meno vario e, pertanto, caratterizzati da una portata e da un raggio di gravitazione più limitato. Una simile articolazione di spazi genera, necessariamente, uno squilibrio tra zone in e zone out della città, accentuando e perpetuando il divario "centro-periferia" che, invece, le politiche urbane intraprese dalla città avrebbero dovuto, negli anni, stemperare. Questo tipo di divario sottende ad alcuni atteggiamenti profondi relativi alle forme di consumo; come è emerso dalle interviste sia a gestori che a fruitori dei locali, strutture come birrerie e pub hanno cambiato con gli anni la loro funzione divenendo «posti dove durante la settimana ci si fa una birra e due patate» (intervista a un proprietario di un locale collocato in una zona periferica della città), mentre la proliferazione di locali mainstream sembra legarsi a forme di consumo più ricercate e socialmente riconosciute (perlomeno all'interno delle comunità giovanili). Tra l'altro, si consideri come il centro città, ma anche la zona di San Salvario, sia stato risanato anche mediante l'apertura di locali notturni di quest'ultimo tipo (a tal proposito Sharon Zukin, 1995, parla di «pacification

through cappuccino», intendendo l'utilizzo dei locali quale risorsa per ridurre il vandalismo, la violenza, la delinquenza) ma è altrettanto credibile che una simile concentrazione di strutture di un certo livello abbia inevitabilmente indotto, con l'introduzione di brand che hanno spinto fuori i livelli più bassi di attività, a processi di gentrification. Se si fa riferimento ad esempio al caso del Quadrilatero, si è visto come gli interventi e la riqualificazione degli immobili abbiano avuto l'effetto di rilanciare l'area aggravando, però, il gap con le zone vicine. Il rischio che ne deriva è uno sviluppo a due velocità (Peck 2005) ed una polarizzazione in termini di usi degli spazi che accompagna le dinamiche del mercato degli immobili mascherata dietro un, apparentemente innocente, sviluppo di spazi della vita notturna. I risultati di questa analisi, senza entrare nel merito della veridicità di questo presupposto concettuale, pongono in guardia rispetto all'idea che il *playscape* sia un fenomeno che si riferisce a tutta la città; al contrario, è un fenomeno, a Torino, fortemente polarizzato nello spazio, ancor più che nel passato.

## Bibliografia

- Aydalot P. (1986), "Trajectories Technologiques et Milieux Innovateurs", in P. Aydalot (a cura di), *Milieux Innovateurs en Europe*, Parigi, Gremi, pp. 345-361.
- Bianchini F. (1995), "Night Cultures, Night Economies", *Planning Practice and Research*, 10 (2), pp. 121-126.
- Binnie J. e Skeggs B. (2004), "Cosmopolitan knowledge and the production and consumption of sexualized space: Manchester's gay village", *The Sociological Review*, 52 (1), pp. 39-61.
- Bourdieu P. (1993), *The Field of Cultural Production*, Cambridge, Polity.
- Boyd J. (2010), "Producing Vancouver's (hetero) normative nightscape", *Gender, Place and Culture*, 17 (2), pp. 169-189.
- Brands J., Schwanen T. e Van Aalstr I. (2016), "Fear of crime and affective ambiguities in the night-time economy", *Urban Studies*, 52 (3), pp. 439-455.
- Cattan N. e Vanolo A. (2015), "Gay and lesbian emotional geographies of clubbing: reflections from Paris and Turin", *Gender, Place & Culture*, 21, pp. 1158-1175.
- Cauquelin A. (1977), *La ville, la nuit*, Parigi, Presses Universitaires de France.
- Chatterton P. e Hollands R. (2002), "Theorising Urban Playscapes: Producing, Regulating and Consuming Youthful Nightlife City Spaces", *Urban Studies*, 39 (1), pp. 95-116.

- Chatterton P. e Hollands R. (2003), *Urban Nightscapes. Youth cultures, pleasure spaces and corporate power*, London, Routledge.
- Crivello S. (2011), "Spatial dynamics in the urban playscape: Turin by night", *Town Planning Review*, 82 (6), pp. 709-731.
- Cybriwsky R. (2011), *Roppongi Crossing: The Demise of a Tokyo Nightclub District and the Reshaping of a Global City*. Athens (GA), University of Georgia Press.
- Dicken P. (2007), *Global Shift. Mapping the Changing Contours of the World Economy*, London, Sage.
- Florida R. (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*, New York, Basic Books.
- Florida R. (2003), "Cities and the Creative Class", *City and Community*, 2 (1), pp. 3-19.
- Giordano E. e Gwiazdzinski L. (2018), "La notte urbana, una nuova frontiera per la ricerca geografica in Italia", *Rivista Geografica Italiana*, 125, pp. 437-452.
- Grazian D. (2009), "Urban nightlife, social capital, and the public life of cities", *Sociological Forum*, 24 (4), pp. 908-917.
- Hadfield P. (2015), "The night-time city. Four modes of exclusion: Reflections on the Urban Studies special collection", *Urban Studies*, 52 (3), pp. 606-616.
- Hae L. (2011), "Dilemmas of the Nightlife Fix. Post-industrialisation and the Gentrification of Nightlife in New York City", *Urban Studies*, 48 (16), pp. 3449-3465.
- Hannigan J. (1998), *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*, New York, Routledge.
- Harvey D. (1989a), *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell.
- Harvey D. (1989b), "From Managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler*, 71 (B), pp. 3-17.
- Hiller H. (2000), "Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies: an Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid", *International Journal of Urban and Regional Research*, 24 (2), pp. 439-458.
- Hollands R. (1995), *Friday Night, Saturday Night: Youth Cultural Identification in the Post-industrial City*, Newcastle, Newcastle University.
- Hollands R. e Chatterton P. (2003), "Producing Nightlife in the New Urban Entertainment Economy: Corporatisation, Branding and Market Segmentation", *International Journal of Urban and Regional Research*, 27 (2), pp. 361-385.
- Hutton F. (2006), *Risky pleasures? Club cultures and feminine identities*, Aldershot, Ashgate.
- Irwin S. (1995), *Rights of Passage*, London, UCL Press.
- Klein N. (2000), *No Logo*, London, Flamingo.

- Kneale J. e Dwyer C. (2008), "Consumption", in J. Duncan, N. Johnson e R. Schein (a cura di), *A Companion to Cultural Geography*, Oxford, Blackwell, pp. 298-315.
- Landry C. (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London, Earthscan.
- Lash S. e Urry J. (1994), *Economies of Signs & Space*, London, Sage.
- Lovatt A. e O' Connor J. (1995), "Cities and the Night Time Economy", *Planning Practice and Research*, 10 (2), pp. 127-134.
- Malbon B. (1999), *Clubbing. Dance, extasy and vitality*, London, Routledge.
- Markusen A. (2006), "Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists", *Environment and Planning A*, 38 (10), pp. 1921-1940.
- Martina A. (2006), *Comunicare la Città. Il Caso di Torino Olimpica*, Torino, Mondadori.
- Melbin M. (1978), "Night as Frontier", *American Sociological Review*, 43 (1), 1978, pp. 3-22.
- Northcote J. (2006), "Nightclubbing and the Search for Identity: Making the Transition from Childhood to Adulthood in an Urban Milieu", *Journal of Youth Studies*, 9 (1), pp. 1-16.
- Peck J. (2005), "Struggling with the Creative Class", *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4), pp. 740-770.
- Pini M. (2001), *Club Cultures and Female Subjectivity. The Move from House to House*, Basingstoke, Palgrave.
- Riley S., Griffin C. e Morey Y. (2010), "The Case for 'Everyday Politics': Evaluating Neo-tribal Theory as a Way to Understand Alternative Forms of Political Participation, Using Electronic Dance Music Culture as an Example", *Sociology*, 44 (2), pp. 345-363.
- Roberts M. e Turner C. (2005), "Conflicts of liveability in the 25-hour city: learning from 48 hours in the life of London's Soho", *Journal of Urban Design*, 10, pp. 171-193.
- Saxenian A. (1994), *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, Harvard University Press.
- Scott A. J. (2000), *The Cultural Economy of Cities*, London, Sage.
- Scott A. (2006), "Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions", *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), pp. 1-17.
- Shaw R. (2014), "Beyond night-time economy: Affective atmospheres of the urban night", *Geoforum*, 51, pp. 87-95.

- Shaw R. (2015), "Alive after five: Constructing the neoliberal night in Newcastle upon Tyne", *Urban Studies*, 52 (3), pp. 456-470.
- Skelton T. e Valentine G. (1997) (a cura di), *Cool Places. Geography of Youth Cultures*, London, Routledge.
- Spracklen K., Richter A., Spracklen B. (2013), "The eventization of leisure and the strange death of alternative Leeds", *City*, 17 (2), pp. 164-178.
- Storper M. e Venables A. J. (2004), "Buzz: Face-to-Face Contact and the Urban Economy", *Journal of Economic Geography*, 4 (4) pp. 351-370.
- Tan Q. H. (2012), "Flirtatious geographies: clubs as spaces for the performance of affective heterosexualities", *Gender, Place and Culture*, 20 (6) pp. 718-736.
- Torino Internazionale (2006), *Secondo Piano Strategico dell'Area Metropolitana di Torino, Direzioni e Obiettivi*, Torino Internazionale, Torino.
- Urry J. (1990), *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage.
- Vanolo A. (2008), "The image of the creative city: some reflections on urban branding in Turin", *Cities*, 25 (6), pp. 370-382.
- Willis P. (1990), *Common Culture, symbolic work at play in the everyday cultures of the young*, Philadelphia, Milton Keynes, Open University Press.
- Zukin S. (1995), *The Cultures of Cities*, Oxford, Blackwell.





# M

**Mercati rionali – LICIA LIPARI**

**Metropolitana – MATTEO COLLEONI**

**Musei – SARA SPANU**



# M I mercati rionali: luoghi iconici dell'urbano tra tradizione ed elementi innovativi

---

di Licia Lipari<sup>1</sup>

Luoghi del commercio e di socialità, i mercati rionali sono mondi complessi. La storia dei mercati è la storia delle città e di quei processi di trasformazione sociale, culturale ed economica che ne hanno forgiato i tratti distintivi. Nel saggio l'attenzione si sofferma sui mercati rionali al coperto e sulle principali tappe storiche che ne hanno contraddistinto la nascita e la diffusione nelle città. Si analizzeranno i mutamenti del ruolo, delle funzioni e delle popolazioni che coesistono in questi luoghi del commercio urbano in relazione ai processi di globalizzazione. Nell'ultima parte si confronteranno il mercato di Sant'Ambrogio a Firenze e di Santa Caterina a Barcellona. Il primo è un modello di mercato tradizionale, rivolto principalmente agli abitanti del quartiere e che si confronta con le sfide correlate alle trasformazioni della città contemporanea. Il secondo rappresenta un modello di rivitalizzazione dei mercati rionali che integra elementi di tradizione e di innovazione.

*Local markets are very complex places where commercial and social functions coexist. Their history is influenced by social, cultural and economic changes of the city. The essay is focused on the local indoor markets. We analyse the history paying attention how the economic globalization changes the role, the functions and the consumers of local markets. Finally, we compare two local markets: Sant'Ambrogio in Florence and Santa Caterina in Barcelona. The first is a traditional market, frequented by many residents and stressed by the consequence of contemporary city changes. The second local market is an important example of the regeneration of city of Barcelona. This is a place where traditional and innovative elements coexist.*

<sup>1</sup> Licia Lipari, dottoressa di ricerca in Sociologia, è dal dicembre 2016 membro del Consiglio Scientifico della sezione AIS di Sociologia del Territorio. È docente a contratto di Sociologia dell'Ambiente e del Territorio presso l'Università di Catania. Esperta nell'uso dei programmi di rappresentazione cartografica (GIS) e nell'analisi territoriale dei fenomeni sociali, svolge attività didattica e di ricerca con attenzione ai temi dei cambiamenti urbano-metropolitani e del turismo.

## 1. Cenni storici

I mercati rionali sono una forma distributiva a fini commerciali, caratterizzati dalla presenza di più attività che a cadenza giornaliera, settimanale o calendarizzata si svolgono su area pubblica. I mercati al coperto si distinguono per essere all'interno di appositi contenitori edilizi, solitamente si svolgono giornalmente e ospitano banchi misti (di alimentari e non).

La storia dei mercati si intreccia a doppio filo a quella della città e ne segue lo sviluppo e le trasformazioni. Weber (2016 [1922]) evidenzia come già in epoca classica, il rapporto tra *agorà* e mercato sia imprescindibile seppur complesso e mutevole. La piazza rappresenta lo spazio pubblico della *civitas*, il mercato è lo spazio dello scambio economico, entrambi icone dei momenti fondanti della città. Nella cultura classica della città occidentale si afferma l'esigenza di tenere separate le due sfere, poiché si ritiene che lo spazio economico, luogo del calcolo e dell'interesse individuale, possa inquinare l'*agorà* quale luogo, al contrario, degli interessi della collettività. L'istituzione dei mercati al coperto è dunque legata allo sforzo di tenere separate le due sfere, sia da un punto di vista simbolico-culturale sia funzionale (Amendola 2007). Ne sono un primo esempio i *macella*, architetture ideate dai Romani che allontanano dal foro i mercati.

In epoca medievale, invece, riappare la sovrapposizione degli spazi ed il mercato, quale incubatore dell'onda lunga dei processi di modernizzazione, ritrova posto nelle piazze delle città. Weber (2016 [1922]) pone in luce come la presenza di questi luoghi di scambio sia spesso concessione del governante che ha l'interesse di un'offerta regolare di prodotti stranieri e locali poiché porta ricchezza alle sue entrate – per via dei dazi doganali e dell'imposizione fiscale sulla merce. D'altra parte, un mercato fiorente e rinomato è rappresentazione simbolica del prestigio della città e fonte di apprezzati legami internazionali che rafforzano il potere del signore o del principe. Altre città in cui non vi è *in loco* l'appoggio logistico del governante, fruiscono della protezione di principi o signori di città limitrofe oppure della presenza di imprenditori che attirano coloni e acquisiscono la gestione del mercato. Quest'ultimo caso in particolare è frequente nel Medioevo e nelle città dell'Europa centrale e settentrionale. Nel Mediterraneo non di rado l'assenza dell'appoggio di principi o signori comporta la nascita di città, specie lungo le coste, come meri luoghi di mercato, frutto dell'accordo tra invasori stranieri, coloni commerciali o ancora tra

soggetti interessati al commercio di transito. A partire dal XIII secolo il rifiorire dell'inurbamento e dei traffici commerciali sancisce l'inizio di un periodo florido per i mercati, a cui vengono dedicati nuovi spazi di più ampia dimensione. Questi rappresentano il luogo privilegiato della relazione tra campagne limitrofe – fornitrici di generi per lo più alimentari – e città, quale veicolo di attività manifatturiere e commerciali. Nell'Italia dei Comuni lo spazio economico si va confondendo sempre più con quello pubblico della piazza: il luogo di affari si accavalla sino a sovrapporsi al luogo della *civitas*. A riprova di un'emergente incisività della funzione economica sugli equilibri cittadini è la posizione strategica in cui vengono collocati i mercati: sempre più spesso in piazze rinomate, nei crocevia più importanti o lungo strade di collegamento e di passaggio in modo da permettere a chiunque di recarvisi. Con la nascita delle società urbane moderne, i mercati divengono i primi luoghi pubblici del consumo ove sono consentiti la relazione e lo scambio tra persone diverse per ceto, mestiere e provenienza, aspetto per lungo tempo inammissibile e dunque impraticabile.

Nel Rinascimento, in virtù della crescita della popolazione urbana, si afferma l'esigenza di adibire per i mercati appositi spazi al chiuso. Ciò sancisce la presenza stabile delle attività di mercato negli spazi della città (Castagnoli 2006).

Si deve attendere però il XIX secolo affinché i mercati rionali al coperto raggiungano la massima fioritura a seguito dell'affermazione dei processi di industrializzazione e del trionfo dell'*homo oeconomicus*. Si afferma sempre più il ruolo simbolico del mercato quale rappresentazione del fasto della moderna società industriale. Le architetture divengono imponenti e i mercati si affermano quali luoghi centrali della vita quotidiana urbana. Tale periodo di auge si protrae sino alla metà del XX secolo. Specie nei primi decenni del Novecento, a seguito della Grande Guerra, le strutture al chiuso aumentano di numerosità poiché vi è l'esigenza di servire una popolazione bisognosa di beni di prima necessità. Nei decenni successivi si affievolisce la funzione di privilegiati spazi di approvvigionamento delle merci a causa della nascita e della forte concorrenza delle nuove forme di distribuzione. Nella città contemporanea i mercati rionali continuano ad esercitare un fascino peculiare seppur i cambiamenti della struttura commerciale e dei tempi di vita quotidiana incidano sul ruolo che essi detengono.

## 2. Come cambia la struttura architettonica

Il Rinascimento rappresenta il periodo storico in cui si diffonde la pratica di adibire al coperto le attività di mercato. In un primo momento i mercati si svolgono al riparo dei portici dei palazzi comunali e successivamente, per meglio proteggere le merci e la clientela che vi si reca, vengono dedicate ad essi delle strutture costruite *ad hoc*.

Dall'analisi storica è il XIX secolo a rappresentare il periodo di auge dei mercati rionali al coperto. I progetti di costruzione vengono affidati a rinomati architetti, che ne curano con attenzione ogni aspetto, non solo in vista della funzionalità ma anche in virtù di canoni estetici sofisticati (Mariano 1995). Si sviluppa una manualistica di riferimento ove si affrontano gli aspetti legati alla migliore conservazione dei prodotti, specie alimentari, in vista della crescente domanda di approvvigionamenti. Per la costruzione vengono impiegati i materiali più moderni ed innovativi dell'epoca quali il ferro, la ghisa e il vetro. Spesso i tetti sono realizzati con delle griglie per permettere di aerare gli interni e le ampie vetrate perimetrali consentono una maggiore entrata della luce solare. Le grandi *Halles* di Parigi di Baltard e Callet, i *Market Halls* di Berlino di Blankenstein e Lindemann e il *Leadenhall* di Londra di Jones sono antesignani di un'epoca di splendore dei mercati, i quali divengono i simboli del prestigio economico delle grandi capitali europee. La bellezza delle strutture e la cura ad esse dedicata sono proporzionali alla dinamicità e alla ricchezza del contesto urbano in cui sono collocati: la città con un mercato di prestigio mostra, difatti, di possedere un tessuto economico vivace e dinamico, motivo per cui questo deve apparire fiorente e attrattivo.

A partire dalla fine del XIX secolo, il cemento armato affianca l'utilizzo del ferro nella fase di realizzazione. Con attenzione al contesto italiano, nel ventennio fascista il mercato ritorna in primo piano, riprendendo il rapporto diretto tra edificio e piazza principale, come in epoca romana. Dalla seconda metà del Novecento, invece, si assiste alla perdita di qualunque riferimento tipologico comune (pianta, materiali utilizzati, ecc.) e ciascuna struttura diviene specchio di un singolare progetto architettonico, distinto da altri (Nucifora e Urso 2012: 17 e ss.).

Ad oggi nei mercati al chiuso riveste una grande importanza il rispetto delle norme igieniche dei locali, aspetto da cui non possono prescindere i lavori di costruzione di una nuova struttura o quelli di riqualificazione di una antica.

Tra i vari accorgimenti vi sono le pareti maiolicate, i pavimenti impermeabili o i banchi verniciati. Un'ulteriore attenzione richiedono i rifiuti prodotti che devono essere raccolti solitamente in appositi luoghi, esterni al mercato, e allontanati con mezzi di trasporto a ciò adibiti.

### **3. Elementi di criticità, di trasformazione e di rigenerazione dei mercati**

Nella disamina storica è emersa la stretta interrelazione tra mercato e città, pertanto risulta di primaria importanza contestualizzare i mutamenti di funzioni, di usi e di popolazioni che ruotano attorno a questi spazi di commercio in relazione alle trasformazioni della morfologia socio-territoriale, dei tempi e degli stili di vita urbani.

La città contemporanea si confronta con le nuove sfide poste dai processi di globalizzazione socio-economica. A seguito del superamento del modello fordista, fondato sull'economia di scala e che traeva benefici dalla concentrazione spaziale sul territorio delle attività economiche, si assiste ad un cambiamento della morfologia urbana. Da un lato le funzioni residenziali, produttive e commerciali si disperdono sul territorio in virtù dei processi di informatizzazione che hanno modificato le relazioni spazio-temporali. D'altra parte le principali funzioni strategiche e direttive – quali la finanza, il *management*, la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione – si concentrano nelle città tanto da creare una rete globale di poli urbani sempre più slegata dai confini territoriali (Sassen 1991).

Le città acquisiscono una maggiore autonomia e, dunque, un elevato grado di responsabilità nel confrontarsi con un panorama internazionale dai tratti altamente competitivi. In questo scenario reggere la competizione è tutt'altro che semplice poiché implica cambiamenti su differenti dimensioni da parte delle città. Da un punto di vista culturale e simbolico è necessario comprendere ed assimilare la rapidità dei processi in atto quindi adeguare l'approccio di pensiero alla «liquidità» della postmodernità (Bauman 2000). Da un punto di vista economico è necessario che le città si dotino di servizi di alta qualità nel terziario avanzato. Ciò implica un alto grado di innovazione fortemente correlato a competenze di ricerca e sviluppo che si distribuiscano sul territorio non solo urbano ma metropolitano. Parallelamente la città deve essere in grado di riorganizzare lo spazio dei flussi e delle funzioni con lo spazio dei luoghi e



delle persone che vi insistono (Castells 1996). Dinnanzi ad un contesto internazionale ad alta complessità le città mirano ad aumentare la propria capacità di attrarre nuove risorse, eventi e popolazioni temporanee al fine di acquistare centralità all'interno dei circuiti globali. La rilevanza della dimensione attrattiva diviene tangibile nella diffusione di interventi che mirano al rinnovamento dell'immagine, alla riqualificazione dei centri storici o di ex aree industriali.

In questo quadro muta anche il rapporto con l'acquisto delle merci che, liberato dal bisogno, si volge ad essere una pratica pregnante dell'uomo metropolitano. Gli spazi del commercio e del consumo si inseriscono tra i tipici luoghi dell'attrattività urbana (Colleoni e Guerisoli 2014: 13 e ss.). Abbiamo visto come sino al XIX secolo i mercati rionali hanno il ruolo cardine di spazi del consumo pubblico delle città, sono luoghi di integrazione tra la sfera economica, culturale e sociale. Attraverso la contrattazione sul prezzo della merce e l'assistenza alla scelta l'atto della compravendita diviene il «filo di una lunga conversazione» con una forte valenza aggregativa da un punto di vista sociale, connotata dalla ricchezza di contatti e scambi interpersonali (Romano 1993: 94 e ss.).

Con l'affermarsi crescente della specializzazione funzionale la capacità aggregante del commercio muta i suoi tratti e il mercato rionale vacilla dinnanzi alla diffusione dei centri commerciali collocati nelle periferie urbane, lungo grandi arterie di trasporto e perciò facilmente accessibili, che divengono sempre più i nuovi fulcri della vita sociale (Tagliaventi 2004, Indovina 2005). Questi nuovi poli commerciali sono rappresentazione dei mutamenti della morfologia socio-territoriale, degli stili di vita quotidiani e della nascita di nuove esigenze di massa. I *malls* rispondono all'ampliamento della mobilità di flussi di persone e merci a seguito dello sviluppo di tecnologie avanzate nel campo dei trasporti e delle comunicazioni; al comportamento mutevole e fluido dell'uomo metropolitano e, soprattutto, mirano a soddisfare il sogno ancestrale della cuccagna, espandendo all'infinito la gamma di merci tanto da rendere l'abbondanza potenzialmente accessibile a tutti. Si caratterizzano per essere degli spazi privi di identità, per «consentire a un numero elevato di differenti soggetti di riconoscere tutto senza nulla conoscere, di essere parte di una collettività pur avendo allo stesso tempo individualità e anonimato» (Desideri 2010). Essi si ergono a simbolo della «città vetrina», brandizzata e scintillante di luci artificiali, che mira ad attrarre l'ampio popolo di consumatori (Amendola 2006).

In questo scenario sembra non esserci più spazio per i mercati rionali al coperto dinnanzi alla concorrenza preponderante della grande distribuzione. Eppure nella città attraente, dei desideri – l'«Anastasia» di Calvino (1972: 11) – accanto alle «tipologie dedicate all'evoluzione quantitativa della pratica del consumo» quali i *malls* (Desideri 2010), si afferma una tipologia volta a soddisfare una domanda in crescita che bada agli aspetti qualitativi del consumo e che presta attenzione al contenuto simbolico dei luoghi di cui fruisce. I mercati rionali al coperto si inseriscono in questa seconda tipologia di commercio che risponde ad un consumatore sempre meno omologato e responsabile. Rispetto ai mercati settimanali o occasionali, l'elemento della stabilità della presenza nel tessuto urbano costituisce un valore aggiunto dei mercati rionali al coperto, offrendo ad un consumatore esigente e consapevole di inserire nella propria quotidianità luoghi di prossimità ove coniugare la ricerca della qualità con quella della tradizione.

Il mercato, come altri esercizi di vicinato, possiede molteplici ruoli che lo identificano.

Da una prospettiva economica può essere identificato come il luogo della promozione della micro-imprenditoria locale e delle forme di commercio biologico e a chilometro zero, specie dei prodotti alimentari. L'attenzione alla qualità dei prodotti e alla filiera produttiva conferisce ai mercati un importante elemento caratterizzante non soltanto dal punto di vista economico, ma anche simbolico e culturale (Danesi 2009). Sono luoghi ove si tramandano i saperi e i mestieri locali. D'altronde, l'uso del mercato è culturale, oltre che funzionale: gli individui producono segni, simboli e modelli di comportamento; intrecciano reti di significati, di finalità; si confrontano nel conflitto e nella cooperazione.

Comprendere un mercato implica, pertanto, cogliere le modalità con cui le contrattazioni avvengono, anche alla luce dei valori socio-culturali che gli individui coinvolti attribuiscono alle merci. Coloro che continuano a recarvisi manifestano una preferenza verso le relazioni *face to face*, non vincolate unicamente all'atto materiale dell'acquisto. Il mercato non è mai esclusivamente un mercato, è piuttosto «un mondo di vita, aperto e imprevedibile, può vivere soltanto in città [...] Tutti i mercati si assomigliano, e ciascuno di essi è tuttavia differente per il carattere e la storia della città che lo ospita» (Paba 2002: 589-590). Si aggiunge dunque una forte valenza sociale, frutto della capacità aggregativa di questi luoghi del commercio. Persistono gli elementi di una ne-

goziazione dai tratti atavici, ove il cliente prende un ruolo attivo, se lo desidera, contrattando sui prezzi, decidendo a quale operatore offrire la sua fiducia e a quale negarla (Ginzburg 2001). Nelle trame delle relazioni sociali nei mercati si possono rintracciare «leggi non scritte» – come nell’*Antigone* di Sofocle – che regolano gli scambi tra i commercianti e tra questi e la clientela, ma altrettanto rigorose quanto le «leggi scritte» (quali la regolamentazione comunale sulle norme igieniche, sulla sicurezza degli impianti o sui comportamenti permessi a norma di legge). Non prestare attenzione a questo mondo implicito di regole e pratiche può portare conseguenze rilevanti tra cui, ad esempio, la perdita della clientela per un commerciante che infrange la fiducia anche solo di un singolo acquirente.

Il rapporto diretto implica un’immersione, anche temporanea, di chi compra in un mondo differente da quello quotidiano a cui è abituato. Dinnanzi ad un proliferare di relazioni anonime, formali e rapide, ove l’individuo tende a mantenere il distacco sia dagli altri con cui si confronta sia da molte situazioni a cui assiste, il mercato si propone come momento di rottura, implicando, al contrario, il coinvolgimento e una pausa dai ritmi frenetici quotidiani. A volte, le storie di vita vengono condivise, creando una rete impercettibile di rapporti: velata, seppur distintiva di ogni mercato. Alla vicinanza spaziale consegue anche una vicinanza di vite, di linguaggi, di atteggiamenti che costituiscono il *fil rouge* che unisce gli individui, nonostante la loro diversità.

I mercati sono oggetto di cambiamento e, a loro volta, cambiano il volto del territorio su cui si insediano. Come altre attività di scambio, hanno da sempre influito sulla pianta della città, talvolta complicandone le geometrie (Calabi 1993). In quanto polo di attrazione per l’area in cui sono ubicati, orientano flussi di persone e mezzi tanto da creare temporalità specifiche (Placitelli 1990). Non di rado la presenza di un mercato incide sulla viabilità urbana congestionando il traffico nelle strade adiacenti.

I mercati al coperto ubicati nei centri storici sono connotati da un alto contenuto simbolico la cui identità è spesso intrecciata alle vicende del quartiere. Sono luoghi custodi di memoria e perciò di ricordi che emergono attraverso gli odori, i colori tipici dei prodotti locali o ancora attraverso le pratiche di esposizione e promozione delle merci. A tal proposito basti pensare al vociere dall’intonazione quasi cantata tipico dei venditori dei mercati rionali del Mediterraneo attraverso cui vengono promosse le merci e le cui radici affondano nella tradizione araba dei *sug* (Matvejević 2017: 75 e ss.). Seppur i centri

storici siano la tradizionale ubicazione dei mercati, sempre più frequente è la presenza tra le larghe maglie della città diffusa: nei quartieri periferici, mono-funzionali o con carenze di servizi. In queste aree urbane, spesso connotate da fragilità del tessuto socio-economico e marginalità all'interno degli equilibri urbani, il mercato costituisce con maggiore incisività uno spazio dinamico, vivace e inclusivo anche per le fasce di popolazione più deboli, quali gli anziani e le famiglie a basso reddito.

Dall'analisi delle funzioni, degli usi e dei significati dei mercati al coperto nella città contemporanea emerge quanto la commistione di tradizione e modernità rappresenti il principale tratto distintivo che pone questi luoghi, dalle origini antiche, tutt'altro che anacronistici. Questi spazi lenti si dimostrano flessibili per le opportunità che offrono. Se interpretati come luoghi di sperimentazione e di mediazione tra interessi diversificati, possono acquisire il ruolo di supporto a processi di rilancio socio-economico delle aree urbane su cui insistono. Tra i modelli vincenti di mercati al coperto si possono annoverare quelli ove le amministrazioni locali con il supporto di associazioni di categoria hanno contribuito a rinnovare l'immagine del mercato coniugando la capacità di creare identità e socialità in un contesto ricreativo e attraente. La necessità di rinnovamento in tale direzione è correlata alla fase evolutiva post-industriale che vede come protagonista un uomo metropolitano che ricerca nelle attività quotidiane sia l'aspetto *ludens*, sia la carica immaginativa dei luoghi e la possibilità di confrontarsi con differenti stimoli in un solo momento (Amendola 1997). Alla luce di tali mutamenti nei mercati al coperto si tende a prestare maggiore attenzione all'estetica della presentazione della merce, alla qualità dei prodotti e, inoltre, si afferma il prolungamento degli orari di apertura per rispondere alla flessibilità crescente dei tempi urbani.

Se le potenzialità dei mercati nelle città contemporanee sono numerose, non vanno comunque trascurate le fragilità a cui sono soggetti. Queste sono legate alla stringente competizione della grande distribuzione che mette in crisi il settore del commercio su area pubblica sia all'aperto che al coperto. Per quest'ultima forma si aggiungono i costi, spesso elevati, delle strutture non soltanto per il mantenimento dei canoni igienico-sanitari a norma di legge, ma anche di quelli estetici e funzionali. Pertanto, come evidenzia Castagnoli (2006: 409), se ne deduce che «il mercato è [...] struttura estremamente sensibile» che necessita di attenzione verso la complessità del mondo che tra i suoi banchi è racchiusa.

#### 4. Operatori e fruitori

L'Italia condivide con altri Paesi del Mediterraneo una forte presenza dei mercati rionali, basti pensare che sono presenti in quasi tutti i comuni con almeno 5 mila abitanti (Unioncamere, INDIS 2014). Tale diffusione viene attribuita non soltanto alla rilevanza simbolica e culturale di questi luoghi del commercio nei territori del Mediterraneo, ma anche ad una più lenta diffusione della grande distribuzione rispetto ad altre aree geografiche (Castagnoli 2006).

Nel 2017 gli esercizi del commercio ambulante presentano una consistenza di oltre 190 mila rispetto ai 182 mila del 2013, con un incremento pari al 4,5% (tab.1). Seppur il dato non consenta una distinzione tra gli esercizi ambulanti con posto fisso da quelli itineranti (categorie accorpate con l'introduzione della modifica delle classi ATECO 2007), è possibile comunque denotare un andamento positivo dell'intero settore nel quadriennio. Se si osservano le differenti specializzazioni commerciali si rileva che la componente più numerosa è quella dell'abbigliamento e dei tessuti (26,6%), seguita dall'alimentare (18,5%).

Specializzazione	Totale esercizi (valori in migliaia)	Composizione (%)
Abbigliamento, tessuti	50,7	26,6
Alimentare	35,3	18,5
Abbigliamento, tessuti, calzature	16,6	8,7
Calzature e pelletterie	5,7	3,0
Mobili, articoli uso domestico	4,5	2,3
Altri articoli	67,4	35,3
Non specificato	10,5	5,5
<i>Totale</i>	<i>190,8</i>	<i>100,0</i>

*Tabella 1. Commercio ambulante per specializzazione merceologica in Italia, 2017 (elaborazione su dati Osservatorio Nazionale del Commercio)*

Dal confronto con il 2013 aumentano l'incisività dei settori di calzature e pelletterie (+88,8%) e dell'alimentare (+38,6%), mentre si registra una diminuzione significativa per l'abbigliamento e i tessuti (-66,2%).

Con attenzione al profilo degli operatori che popolano i mercati rionali emerge dall'analisi dei dati una realtà piuttosto eterogenea (Unioncamere,

INDIS 2014). Sul totale dei titolari e soci del commercio su area pubblica nel 2013 il 46,5% è rappresentato da nati all'estero provenienti principalmente dal Marocco, dal Senegal e dal Bangladesh (*Ibid.*). Tale dato attesta come i mercati rionali siano mondi variegati connotati sempre più dalla pluralità culturale che emerge anche nell'offerta merceologica, basti pensare alla presenza sempre più incisiva dell'artigianato etnico.

Se si osserva il profilo per classe di età si rileva una distinzione tra i titolari e soci di impresa del commercio su area pubblica di nazionalità italiana rispetto ai colleghi nati in uno stato estero. Tra questi la fascia di età maggiormente rappresentata è quella tra i 35 e i 49 anni (47,5% sul totale di imprenditori stranieri), seguita da quella tra i 25 e i 34 anni (23,3%). Al contrario tra gli italiani la fascia di età più numerosa è quella tra i 50 e i 64 anni (38,7%), seguita da coloro che posseggono tra i 35 e i 49 anni (37,7%) (fonte: nostra elaborazione su dati Infocamere, 2013). Come per altri campi dell'imprenditoria la componente straniera è mediamente più giovane rispetto a quella italiana.

In merito al genere l'elevata rappresentanza di uomini (circa l'80% sul totale nel triennio 2011-13) risulta un aspetto distintivo dell'imprenditoria ambulante a differenza del commercio al dettaglio – ove la quota di uomini è quasi equivalente a quella delle donne (Unioncamere, INDIS 2014). Si rileva inoltre una differente distribuzione per genere sul territorio italiano con una maggiore densità di imprenditrici donne presenti nei mercati delle regioni del Centro e del Nord Italia contrariamente a quanto si rileva per il Sud e le Isole ove la quota di donne scende al di sotto del 10%.

Altrettanto variegato appare il mondo dei fruitori di questi luoghi che permangono come presenza territoriale di garanzia ed esercizio di vicinato diffuso. Come confermano differenti ricerche sui mercati rionali, la clientela quotidiana è principalmente di prossimità, ovvero gli abitanti del quartiere ove la struttura è ubicata (Confesercenti Firenze 2009, Fuschi *et al.* 2017, Torresan 2017). Il mercato rappresenta un'alternativa alle medie e grandi strutture in quanto associato ad una migliore qualità e freschezza dei prodotti, all'importanza del rapporto di fiducia con il venditore. La crescente quota di popolazione anziana, solitamente con minori possibilità di spostamento e reddito contenuto, è tra quelle che trae maggiore beneficio dalla vicinanza del mercato per le possibilità di risparmio economico, per la facile accessibilità ed inoltre per le occasioni di socialità mentre si svolge un'attività quotidiana, quale la spesa. Il target di riferimento dei mercati si amplia ai nuclei familiari, ai giovani (tra

cui studenti) che abitano il quartiere del mercato o lavorano nelle vicinanze e possono essere attratti dalla competitività dei prezzi.

Il mercato rionale attira anche due tipi di consumatori che si vanno affermando nella società contemporanea. Da un lato vi sono i “responsabili” che risultano informati sul tema dell’alimentazione, interessati all’eticità e alla sostenibilità delle imprese e che operano scelte sempre più attinenti al proprio stile di vita, alle esigenze di salute e alle possibilità economiche. Accanto a questo tipo di consumatore attento vi è una più ampia e variegata fascia, “i politeisti alimentari”, che combinano a tavola cibo biologico e a chilometro zero – acquistato, ad esempio, al mercato – con cibo inscatolato, surgelato o già pronto proveniente dalla media e grande distribuzione (Censis, Coldiretti 2010). Ciò è il frutto di modelli coesistenti e profondamente diversi tra loro che convivono nella società globalizzata e che influenzano, mutandole, le scelte degli individui.

Non bisogna infine trascurare la quota di turisti attratti dai mercati rionali per via della vivacità commerciale, sociale e ludica di questi luoghi. Per questo di tipo di popolazione urbana il valore aggiunto è rappresentato dalla capacità dei mercati di incarnare la cultura locale trasformando l’atto dell’acquisto in una processualità sociale e simbolica ricca di significati (Faravelli e Clerici 2013). Pertanto, in quanto luoghi ad alta narratività (cioè ove il nuovo incontra l’esistente, o meglio la tradizione, e l’ovvio della routine quotidiana acquista significato), i mercati rappresentano per lo sguardo del turista quel “varco” o “fessura” attraverso cui accedere, anche solo per un attimo, all’impalpabile *genius loci* della meta visitata (MacCannell 1973, Ginzburg 2001).

## **5. “Mondi sociali” a confronto: il mercato di Sant’Ambrogio a Firenze e di Santa Caterina a Barcellona**

In Italia tra i mercati rionali al coperto quello di Sant’Ambrogio – ubicato nello storico quartiere di Santa Croce a Firenze – è rappresentazione di un modello tradizionale che si deve confrontare con i cambiamenti della città contemporanea.

La struttura, inaugurata nel 1873, è realizzata dal rinomato architetto Mengoni con i materiali innovativi e rappresentativi dell’epoca, quali ferro, ghisa e vetro (Mariano 1995). Sino alla seconda guerra mondiale è adibito al

rifornimento all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli, successivamente la struttura si dimostra inadeguata alle esigenze di una città in espansione e pertanto dal 1955 viene convertito a mercato di merci al dettaglio. Si erge al centro di Piazza Ghiberti dinnanzi alla facoltà di Architettura, ubicata nel complesso dell'ex carcere femminile di Santa Verdiana. All'interno vi sono in prevalenza banchi di generi alimentari a cui si affianca un bar-ristorante di prodotti tipici della cucina toscana, divenuto punto di ritrovo delle diverse popolazioni che ruotano attorno al mercato.

Da uno sguardo alla storia di Sant'Ambrogio emerge come il mercato sia stato un luogo di socializzazione e di identificazione per i residenti del rione all'incirca sino alla fine degli anni Settanta. Il cambiamento di immagine e di fruizione coincide con la metà degli anni Ottanta a seguito di processi che hanno mutato la morfologia sociale di Firenze. L'aumento esponenziale delle rendite immobiliari ha prodotto uno spostamento dei residenti di lunga data verso aree periferiche della città. Parallelamente nel centro si è verificata una sempre più rapida sostituzione delle «attività urbane normali», rivolte a coloro che fruivano della città nel quotidiano (quali le antiche botteghe artigiane, negozi di ferramenta, ecc.), a vantaggio di esercizi volti a rispondere alle aspettative dei numerosi turisti (Van der Borg e Gotti 1995, Lipari 2013). Negli anni Novanta pertanto Sant'Ambrogio ha risentito dell'accelerazione del processo di *gentrification* e degli impatti di un turismo usurante e intensivo sugli spazi pubblici del centro storico. Inoltre, l'utilizzo del mercato si è dovuto confrontare con il cambiamento di più ampio respiro delle abitudini sociali degli individui che hanno prediletto le nuove forme di distribuzione (grandi marchi, supermarket, ecc.) a discapito di quelle tradizionali del commercio. All'inizio degli anni Duemila viene costruito un parcheggio sotterraneo nei pressi del mercato che puntava a migliorare l'accessibilità ma, come riferiscono gli operatori e i residenti (Lipari 2014), i prezzi elevati e la capienza limitata hanno ridotto il suo utilizzo.

L'insieme di questi fattori rende Sant'Ambrogio un caso di studio emblematico attraverso cui leggere la fragilità dei mercati rionali al coperto dinnanzi alle trasformazioni urbane. D'altra parte, da una più attenta analisi, è possibile evidenziare alcuni elementi di resistenza che lo rendono un luogo articolato e vivace dal punto di vista sociale e culturale.

Il mercato è inserito in una zona del rione di Santa Croce che ancora mantiene un alto grado di socio-diversità con una struttura commerciale variegata contrariamente ad altre aree del centro ove l'offerta si rivolge principalmente



ai turisti (Lipari 2013). La struttura appare quasi come «un'ovvia prosecuzione del paesaggio, sua filiazione ineliminabile» (Ginzburg 2001: 33) con i suoi colori, odori e rumori che la animano. Frequentato da una clientela abituale, composta soprattutto da residenti, studenti e lavoratori della zona, il mercato mantiene spiccata la funzione di presenza territoriale di garanzia. Tra i banchi di Sant'Ambrogio è possibile rintracciare quel senso di comunità a cui si intreccia il sentimento di appartenenza al rione. Nelle relazioni tra venditore e cliente la mediazione e la trattativa avvengono in un clima di fiducia che si salda nel tempo soltanto attraverso la reiterazione dello scambio. In questo gioco di parti, durante la trattativa, l'estraneo diviene familiare permettendo così agli individui di sperimentare nuove di socialità.

Queste tracce di comunità, di tenuta della coesione sociale rendono Sant'Ambrogio un luogo unico, ad alto contenuto simbolico, espressione della storia e della cultura del rione in cui è ubicato. Ed è proprio tale unicità che viene percepita e apprezzata dai turisti che vi si recano, specie da coloro che provengono da Paesi esteri (Lipari 2014). Sono principalmente turisti pernot-tanti che durante la vacanza ricercano l'immersione negli usi, nelle tradizioni e nello stile di vita che connotano la meta visitata. In tal senso il mercato si inserisce tra quei luoghi dove è possibile entrare in contatto con quello che MacCannell (1973) definisce il «retroscena sociale» al fine di conferire autenticità all'esperienza turistica.

Molto differente da Sant'Ambrogio è il modello del mercato al coperto di Santa Caterina a Barcellona che rappresenta un esempio di riqualificazione del comparto mercatale supportata dall'amministrazione comunale e che si inserisce in un più ampio piano di rivitalizzazione urbana.

La storia del mercato appare complessa alle origini. Progettato ad inizio Ottocento, rievoca i modelli delle prestigiose strutture mercatali in ferro, ghisa e vetro presenti nelle principali capitali europee con l'ambizione di incarnare il "nuovo volto" di Barcellona quale città moderna ed in espansione. Tale, però, è il ritardo durante i lavori di costruzione che già all'inaugurazione nel 1848 la nuova struttura appare quasi anacronistica sia per lo stile architettonico, sia perché inadeguata rispetto alle rinnovate esigenze della città. Durante il XX secolo il mercato è stato oggetto di numerosi interventi di manutenzione e ha attraversato fasi di crisi alternate ad altre di ripresa.

Bisogna però attendere gli anni Novanta affinché venga riconosciuta per la capitale catalana l'importanza dei mercati rionali a cui viene dedicato un orga-

nismo autonomo di gestione, l'*Institut Municipal de Mercats*, che ha promosso la modernizzazione e la riqualificazione dell'intero comparto (Fava *et al.* 2009). La rivitalizzazione dei mercati si è inserita in un piano di rigenerazione urbana di medio-lungo periodo che ha coinvolto la città nel suo insieme. I mercati rionali sono divenuti simbolo della lunga tradizione di scambi commerciali e mercantili che ha connotato le città del Mediterraneo e in particolare quelle portuali come Barcellona.

Nel 1998 hanno inizio i lavori di riqualificazione del mercato di Santa Caterina<sup>2</sup> con l'idea di rispettare la memoria storica del quartiere Ribera ove esso è ubicato, di rivalutare la tradizione mediterranea degli esercizi di prossimità capaci di rinsaldare i rapporti di vicinato e il senso di comunità, di creare un'opera nel rispetto dei principi della sostenibilità ambientale.

La struttura è poggiata sulle mura ristrutturare del monastero quattrocentesco di Santa Caterina, protetta da un tetto rivestito di ceramiche colorate che evoca lo stile del modernismo catalano di Gaudì. Si è investito sull'integrazione della vendita di prodotti sia alimentari che non (specie di artigianato locale, di fiori e piante e di oggetti usati) con il rafforzamento dell'offerta ristorativa all'interno, in modo da accostare alle funzioni tradizionali dei mercati aspetti ludici e innovativi. Tra gli elementi caratterizzanti di Santa Caterina vi è quello di ospitare anche un supermercato al suo interno in modo da coniugare due tipi di offerte di distribuzione in un medesimo spazio. Al fine di rispondere alle esigenze differenziate delle molteplici popolazioni urbane è stato prolungato l'orario di apertura. È stata inoltre potenziata l'accessibilità al mercato con la costruzione di un parcheggio di oltre quattromila mq mentre è stata ridotta la zona commerciale per dare spazio ad altre funzioni, quali quella amministrativo-gestionale (uffici), quella associativa (con attività volte all'ascolto e al supporto dei bisogni delle popolazioni più fragili del quartiere) e, non ultime, quella culturali tra cui rientrano la biblioteca e l'area museale ove sono esposti alcuni reperti archeologici.

Da un punto di vista gestionale si è puntato su un «regolamento di condominio» che supervisionasse l'offerta merceologica, i servizi comuni e le norme di comportamento dei commercianti. Ciò ha influito sulla responsabilizzazione degli operatori che hanno contribuito a gestire l'area nelle modalità più consone per il pubblico ma anche per le loro esigenze. Il coinvolgimento ef-

2 Cfr: <http://www.archidiap.com/opera/riqualificazione-del-mercado-de-santa-caterina/>

fettivo del personale lavorativo nella gestione dello spazio si è rivelato un metodo efficace per rafforzare la coesione tra gli operatori, aspetto rilevante per la fornitura di un servizio di qualità all'utenza.

Sant'Ambrogio e Santa Caterina dimostrano quanto sia variegato il mondo dei mercati, ciascuno con la propria storia, il proprio percorso e le proprie vicissitudini.

È possibile distinguere i mercati che incarnano ancora un modello tradizionale, con una clientela quasi esclusivamente di tipo stanziale, che rischiano di essere sopraffatti dalla concorrenza delle altre forme di distribuzione e di allontanarsi sempre più dalle esigenze della città contemporanea.

Vi sono mercati in cui i processi di rinnovamento hanno comportato l'aumento di attrattività verso quei flussi sempre più globali che attraversano la città, quali i turisti. Ciò ha significato una predilezione verso un pubblico per cui il prezzo non è il principale fattore di scelta e pertanto un'estromissione della clientela abituale e dei commercianti storici, non più in grado di rispondere alle nuove esigenze dello spazio (Zukin *et al.* 2015). In questo caso il mercato, trasformato da processi di spettacolarizzazione e brandizzazione (Amendola 2006), rischia di perdere la sua importante funzione di esercizio di prossimità e parallelamente di perdere la capacità di creare socialità.

Tra questi due modelli antitetici vi è un variegato mondo di mercati ove la capacità di adattamento alle mutevoli esigenze della città contemporanea si esprime attraverso "percorsi creativi" in grado di coniugare elementi della tradizione con processi di innovazione. Nonostante le diversità, in ciascun mercato è possibile cogliere gli effetti, talvolta conflittuali, della complessa e mutevole relazione tra processi di globalizzazione socio-economica e dinamiche urbane.

## Bibliografia

- Amendola G. (1997), *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Roma-Bari, Laterza.
- Amendola G. (2006), *La città vetrina. I luoghi del commercio e le nuove forme del consumo*, Napoli, Liguori.
- Amendola G. (2007), "I nuovi spazi pubblici tra Agorà e Mercato", *Sociologia Urbana e Rurale*, 82, pp. 13-24.
- Bauman S. (1991), *Modernità liquida*, Roma-Bari, Laterza.

- Borg van der J. e Gotti G. (1995), *Tourism and City of Art*, Venice, UNESCO ROSTE.
- Calabi D. (1993), *La città e il mercato*, Venezia, Marsilio.
- Calvino I. (2011), *Le città invisibili*, Milano, Mondadori.
- Castagnoli D. (2006), “Persistenza e rinnovamento dei mercati rionali in Italia”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, 11, pp. 395-420.
- Castells M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell.
- Censis, Coldiretti (2010), *Primo rapporto sulle abitudini alimentari degli italiani*, [www.largoconsumo.info](http://www.largoconsumo.info).
- Colleoni M. e Guerisoli F. (2014), *Città attraenti. Luoghi urbani e arte contemporanea*, Milano, EGEA.
- Confesercenti Firenze (2009), *Osservatorio del commercio su area pubblica della provincia di Firenze*, [www.confesercenti.fi.it](http://www.confesercenti.fi.it).
- Danesi S. (2009), *Occasione commercio. Il commercio come fattore strategico per lo sviluppo del territorio e dell'occupazione*, Milano, Franco Angeli.
- Desideri P. (2010), “Tipologie dell’iperconsumo”, in Gregory T. (a cura di), XXI SECOLO, Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani.
- Faravelli M.L. e Clerici M.A. (2013), “I distretti del commercio in Lombardia. Una politica efficace per la resilienza del commercio?”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, VI, pp. 613-636.
- Fava N., Guardia Bassols M., Oyon J.L. (2009), “I mercati di Barcellona tra origini e attualità”, *Urbanistica*, 139, pp. 113-120.
- Fuschi M., Cardinale B., Di Matteo D., Evangelista V., Ferrari F., Pascetta C. (2017), “La nuova geografia del consumo e del commercio nelle città capoluogo d’Abruzzo: una prima lettura di base per il futuro quadro della ricerca”, in Viganoni L. (a cura di), *Commercio, consumo e città. Quaderno di lavoro*, Milano, Franco Angeli.
- Ginzburg L. (2001), *Mercati. Viaggio nell’Italia che vende*, Roma, Editori Riuniti.
- Indovina F. (2005), “La metropolizzazione del territorio. Nuove gerarchie territoriali”, in Indovina F., Fregolent L., Savino M. (a cura di), *L’esplosione della città: Barcellona, Bologna, Donostia-Bayonne, Genova, Lisbona, Madrid, Marsiglia, Milano, Montpellier, Napoli, Porto, Valencia, Veneto centrale*, Bologna, Compositori, pp.14-31.
- Lipari L. (2013), “Gli effetti dello sviluppo turistico sull’offerta commerciale. Analisi del centro storico fiorentino”, *Sociologia Urbana e Rurale*, 100, pp. 13-26.
- Lipari L. (2014), “L’impatto del turismo sugli spazi pubblici nelle città d’arte. Le piazze dei mercati di San Lorenzo e Sant’Ambrogio a Firenze”, in Boccia Artieri G. e Borrelli D. (a cura di), *Il senso dei tempi. Per una Sociologia del Presente*, Milano, Egea, pp. 41-54.

- Mariano B. (1995), *I mercati nella storia di Firenze: dal forum romano al centro alimentare polivalente*, Firenze, Loggia dei Lanzi.
- MacCannell D. (1973), "Stage authenticity: arrangements of social space in tourist setting", *American Journal of Sociology*, 79, 3, pp. 589-603.
- Nucifora S. e Urso A. (2012), *L'architettura dei mercati coperti*, Firenze, ED.IT.
- Paba G. (2002), "Mercati e strade: trasformazioni e tendenze nella città di Firenze", *Rivista Geografica Italiana*, CIX, pp. 589-597.
- Placitelli G. (1990), "Rete commerciale e commercio ambulante", in Raimondi S. (a cura di), *La Piazzola 1390-1990. Il mercato, la città*, Bologna, Grafis, pp. 165-173.
- Romano M. (1993), *L'estetica della città europea. Forme e immagini*, Torino, Einaudi.
- Sassen S. (1991), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.
- Tagliaventi I. (2004), "La città variabile", in Bucci A., Diolati D. (a cura di), *Città, commercio, architettura*, Firenze, Alinea, pp. 9-13.
- Torresan M. (2017), "Roma, mercati rionali e contesto locale. Percorsi di analisi nella resilienza delle strutture del commercio tra relazioni, sviluppo e identità", XXXVIII Conferenza scientifica annuale AISRe, Università degli studi di Cagliari, Cagliari, 20-22 settembre.
- Unioncamere, Istituto Nazionale Distribuzione e Servizi (INDIS) (2014), *Gli imprenditori del commercio su aree pubbliche*, Roma, Copigraph S.a.s.
- Weber M. (2016 [1922]), *La città*, Roma, Donzelli.
- Zukin S., Kasinitz P., Chen X. (2015), *Global Cities, Local Streets: Everyday Diversity from New York to Shanghai*, New York, Routledge.

# M La metropolitana nel sistema di mobilità e nella morfologia della città contemporanea

di Matteo Colleoni<sup>1</sup>

Dopo una breve introduzione circa la storia della metropolitana, il saggio affronta il tema ponendo attenzione nella prima parte alla tipologia, struttura e modo di utilizzo del servizio di trasporto metropolitano, nella seconda parte, invece, vengono presentate le principali funzioni dei mezzi di trasporto durante la loro evoluzione storica e sociale e, nella terza parte, gli utilizzatori delle metropolitane italiane. Particolare attenzione viene data al cambiamento del trasporto metropolitano (sia come luogo urbano che come servizio di trasporto) nella transizione da città industriale a quella post-industriale. La sezione finale è dedicata ad un approfondimento di un caso internazionale, la metropolitana di Lisbona, ed un caso nazionale, la metropolitana di Napoli.

*After a brief introduction to the history of the underground, the essay deals with the subject with attention in the first part to the type of service, structure and mode of use, in the second part to the main functions performed by the means of transport during its historical and social evolution and in the third part to users of the Italian underground. Particular attention is paid to the change of the metro (as an urban place and as a transport service) in the transition from the industrial city to the post-industrial one. The final section is dedicated to an in-depth study of an international case study, the Lisbon metro, and a national case study, the Naples metro.*

## 1. Breve storia della metropolitana

Quando il 10 gennaio del 1863 a Londra cominciò a circolare il primo convoglio della *Metropolitan Railway Company*, la pratica di far viaggiare vetture

1 Professore di Sociologia dell'ambiente e del territorio presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università di Milano-Bicocca. Ha svolto docenze presso Università italiane e straniere ed è membro dei consigli scientifici ed editoriali di diverse riviste e organizzazioni scientifiche. I suoi argomenti di studio e di ricerca riguardano la trasformazione delle aree urbane, la mobilità e i trasporti e la sostenibilità. Tra le sue ultime pubblicazioni: *La città attraente. Luoghi urbani e arte contemporanea*. Egea, Milano 2014; *Understanding Mobilities for Designing Contemporary Cities*. Springer, 2016, *Mobilità e trasformazioni urbane. La morfologia della metropoli contemporanea*. Franco Angeli, Milano, 2019.

collettive a motore sulla superficie delle città era già attiva da almeno 40 anni. Precisamente lo era dal 1825, allorché George Stephenson e il figlio Robert fecero trainare da un vettore denominato *Locomotion n.1* una catena di carri da miniera e una carrozza passeggeri in quella che diverrà poi la prima locomotiva della storia dei mezzi di trasporto. Con i treni, d'altronde, la prima metropolitana aveva in comune molti elementi, la circolazione su reti ferrate e l'uso collettivo del mezzo di trasporto. Si discostava invece dalla ferrovia la pratica di spostare i passeggeri lungo le linee sotterranee che collegavano le diverse stazioni delle capitali ottocentesche, avviando il processo di creazione del servizio di mobilità metropolitana su ferro che darà poi il nome al tipo di mezzo di trasporto. Un processo che, come spesso accade, non fu celere se è vero che fino alla fine del secolo ferrovia e metropolitana condivisero percorsi, convogli e stazioni di transito, distinguendosi con fatica agli occhi dei viaggiatori.

Le cose cambiarono con il passaggio del nuovo secolo quando in Europa a Budapest prima (nel 1896) e a Londra poco dopo (nel 1900) apparvero i primi servizi di trasporto metropolitano su ferro indipendenti da quello ferroviario, con il fine di decongestionare il traffico di superficie sempre più consistente delle città industriali. Fu soprattutto la metropolitana della *Central London Railway*, confidenzialmente chiamata *twopenny tube* (letteralmente tubo da due penny, il costo del biglietto di viaggio degli inizi) a dare avvio alla prima stagione delle metropolitane urbane. Questa stagione interessò non solo il continente europeo ma anche quello nord-americano, con l'apertura al pubblico delle metropolitane di Parigi (1900) e Berlino (1902) nel primo e di quelle di Chicago (1893), Boston (1897), New York (1904) e Philadelphia (1907) nel secondo. Modalità innovative di movimento nella fase industriale urbana, le metropolitane vennero spesso costruite in occasione di eventi di rilevanza internazionale finalizzati a celebrare il potere politico ed economico delle città che li ospitava. È il caso di Parigi che in occasione dell'Esposizione universale del 1900 collegò le Porte Maillot e Vincennes (e lungo il suo tragitto la Stazione di Saint-Lazare) con il nuovo servizio di *Chemin de fer métropolitain*, più noto in seguito con la denominazione *Métro*. Ancor più delle stazioni ferroviarie, poste sin dalle origini ai bordi della città storica, anche quelle metropolitane vennero accolte con diffidenza dalla borghesia urbana dell'epoca, dubbiosa del fatto che i parigini avrebbero mai accettato di viaggiare sottoterra. La storia, come noto, dimostrò il contrario, in 14 anni a Parigi vennero aperte 14 linee e nel solo 1913 serviti 467 milioni di viaggiatori (Merlin 1997). La forte vocazione urbana industriale del nuovo servizio

di trasporto sotterraneo trovò ulteriore esplicitazione a Berlino, la città agli inizi del nuovo secolo più impegnata in progetti di modernizzazione urbana (qualche anno più tardi celebrati da Fritz Lang nel film *Metropolis* del 1925 e da Walther Ruttmann nel film *Berlin, die Sinfonie der Großstadt* del 1927). Anche a Berlino la metropolitana incontrò subito i favori dei cittadini che ne alimentarono i flussi lungo le 15 linee ferrate che correvano nei sotterranei ma anche sulla superficie della città. La scelta lungimirante dell'amministrazione berlinese di dotare il servizio di tre reti integrate – una sotterranea (la U-Bahn), una di superficie (la S-Bahn) e una circolare scoperta (la Ring-Bahn) –, rispondeva al bisogno di facilitare, unitamente, al collegamento tra il centro e le periferie, anche quello tra le aree urbane di confine. Una scelta più tardi adottata da altri servizi metropolitani al fine di connettere i quartieri e le aree abitate sempre più disperse dai processi di sub e di peri-urbanizzazione (Colleoni 2019).

Nel continente nordamericano la realizzazione delle prime metropolitane si colloca nella stessa fase della storia urbana delle capitali europee. Il fortissimo incremento demografico che interessò le metropoli statunitensi già nella seconda parte del diciannovesimo secolo, e la conseguente formazione degli estesi sobborghi che ne caratterizzarono le periferie, mossero subito a favore della costruzione dei primi servizi di trasporto metropolitano. L'Esposizione Universale del 1893 fu l'occasione per aprire quella di Chicago, seguita nel 1897 dalla *Green Line* di Boston, nel 1904 dalla *Subway* di New York e nel 1907 dalla *Philadelphia Subway*. Come quelle europee, anche le metropolitane americane vennero inizialmente costruite più per connettere le stazioni ferroviarie che per dotare le città di un sistema di trasporto urbano alternativo a quello di superficie. Tuttavia in poco tempo i loro vantaggi, in termini di contenimento del traffico veicolare privato e dell'uso del suolo, ne fecero il mezzo di trasporto urbano per eccellenza. Laddove l'eccellenza rinviava ad elementi funzionali, la possibilità di muoversi velocemente negli spazi privi di ostacoli dei sotterranei, ma anche strutturali, all'interno di città nelle quali la sovrabbondanza di attività, servizi e infrastrutture suggeriva di sfruttarne, unitamente a quelli orizzontali, anche gli spazi verticali (in altezza e, appunto, in profondità). Erano d'altronde quelli gli anni nei quali nelle metropoli statunitensi vennero costruiti i primi grattacieli e in cui ebbe inizio il cosiddetto urbanesimo sotterraneo (Barles e Guillaume 1995), la costruzione e l'utilizzo del sottosuolo urbano che, dalle stazioni e dalle gallerie della rete di trasporto, si estese in seguito ai luoghi di consumo e di intrattenimento.



La collocazione sotterranea e la forte connotazione funzionale non daranno mai alle metropolitane, e alle loro stazioni, il prestigio raggiunto dalle stazioni ferroviarie nelle capitali durante il diciannovesimo secolo (Amendola 2013). Tuttavia ciò non impedì di farne un simbolo del progresso tecnologico e della modernità nelle città dei Paesi che arrivarono più tardi allo sviluppo economico e industriale; è il caso dell'Unione Sovietica, con le metropolitane di Mosca del 1935 e di Leningrado del 1955, dei Paesi dell'Asia e del Sudamerica e del resto d'Europa (nei decenni successivi alla seconda guerra mondiale).

La nascita e lo sviluppo delle metropolitane del nostro Paese si colloca in quest'ultima fase. Avviata a Roma nel 1955, la storia italiana della metropolitana proseguirà a Milano, nel 1964, e negli ultimi cinquant'anni, in ordine, nelle città di Genova, Napoli, Catania, Torino e Brescia. Sebbene alcune di esse siano metropolitane leggere (ovvero dotate di un'inferiore portata oraria e capacità dei convogli) e mini-metrò (ad esempio la metropolitana sospesa che a Perugia collega la stazione con il centro storico in collina), la loro presenza ha contribuito a dare una connotazione metropolitana ai servizi di trasporto di città sempre più caratterizzate dalla forte espansione urbana.

## **2. Servizio, struttura e modalità di utilizzo della metropolitana**

La metropolitana è un sistema di trasporto pubblico urbano rapido di tipo ferroviario caratterizzato dalla presenza di sedi e tracciati propri (ovvero completamente separati da quelli di altri sistemi di trasporto), di un regime di circolazione di blocco (ovvero con percorsi articolati in tratte brevi e mono-treno) e di unità multiple a trazione elettrica circolanti su binari di acciaio di tipo convenzionale (o raramente su gomma, ad esempio a Parigi e in Italia a Torino). Le differenti tecnologie impiegate nella costruzione dei mezzi e delle reti hanno dato origine a metropolitane che si differenziano per tipo di guida (con conducente o automatica), di binario (su rotaia o su gomma), di sede (sopraelevata, sotterranea e di superficie) e di servizio (pesante o leggera, ovvero a portata oraria inferiore a causa della limitata capacità dei convogli). Sebbene le metropolitane condividano con gli altri mezzi di trasporto pubblico diversi elementi (quali la presenza di percorsi, di snodi e di unità di trasporto collettivo), esse rappresentano una specifica modalità di spostamento in riferimento al tipo di servizio, di struttura e di utilizzo.

Al tipo di servizio, innanzitutto, la cui rete è progettata per offrire agli utenti una molteplice scelta di stazioni collocate nei punti di grande transito urbano e nei centri di connessione con gli altri mezzi e reti di trasporto (similmente ai mezzi di trasporto pubblico urbano su rete ferrata separati dal resto del traffico, quali i *bus rapid transit* BRT, vedi tab.1). Un ulteriore elemento caratterizzante del servizio metropolitano è la sua elevata velocità, frequenza e estensione territoriale, a ragione della necessità di connettere le aree centrali con quelle sub e peri urbane ad elevata urbanità. Ciò è particolarmente importante nelle aree urbane contemporanee nelle quali la maggioranza della popolazione vive nelle cinture di prima e di seconda fascia, muovendosi quotidianamente in direzione dei centri metropolitani in cui è ancora concentrata la maggior parte dei servizi e dei posti di lavoro (Piorr *et al.* 2011) e su reti metropolitane sub-urbane o regionali (spesso provviste di stazioni più distanti per consentire ai treni di raggiungere velocità maggiori). La consistente offerta del servizio (in termini spaziali e temporali) unitamente alla sua alta velocità ne fa il mezzo più idoneo per spostare consistenti flussi di viaggiatori nelle città di grandi dimensioni provviste di numerosi attrattori di mobilità. Le componenti del servizio, inoltre, bene rispondono alle esigenze dell'abitante temporaneo urbano, impegnato in sequenze di spostamenti multi-funzionali e multi-direzionali. A tal proposito è utile ricordare che secondo i risultati dell'ultima indagine sulla mobilità quotidiana degli italiani (Isfort 2016), nelle grandi città solo un terzo degli spostamenti è effettuato per recarsi al luogo di lavoro o studio, mentre i restanti due terzi sono finalizzati allo svolgimento delle attività familiari e del tempo libero.

Componenti	Metropolitana	Autobus	BRT (Bus Rapid Transit)
Tipo di percorso	Rete ferrata sotterranea (con tratti in superficie)	Rete stradale	Rete ferrata in superficie
Separazione dal resto del traffico	Totale	Assente	Parziale (tratti in condivisione con la rete stradale)
Tipo di veicolo	Carrozza	Autoveicolo	Carrozza
Tipo di propulsione	Elettrica	Tradizionale o elettrica (rara)	Elettrica

Punti di accesso	Stazioni	Fermate (o stazioni di interscambio)	Fermate (o stazioni di interscambio)
Pagamento	Esterno	Esterno o interno	Esterno
Sistema tecnologico delle informazioni	Avanzato	Assente o tradizionale	Avanzato
Immagine	Moderna e attrattiva	Tradizionale	Moderna e attrattiva

*Tabella 1. Componenti dei mezzi di trasporto pubblico urbano  
(elaborazione su LSE, 2014)*

Sebbene provviste anche di percorsi sopraelevati e di superficie, la collocazione sotterranea rappresenta l'attributo della metropolitana che più ne caratterizza la struttura fisica rispetto agli altri mezzi di trasporto pubblico. Simile, come abbiamo osservato, al treno per forma delle vetture e dei punti e di sosta e di accesso (le stazioni), il fatto di essere posta nel sottosuolo urbano fa della metropolitana non solo un mezzo di trasporto sui generis ma, più in generale, un luogo urbano a sé stante. Innanzitutto perché è un luogo che, al di là dei punti di ingresso di superficie, risulta invisibile alla città, sebbene ne costituisca le fondamenta del sistema circolatorio. Secondariamente perché presenta i caratteri tipici dei sistemi di trasporto collettivo di superficie, depurati però da tutti gli elementi spaziali che ne orientano il movimento. Nella metropolitana infatti l'origine, la destinazione e i percorsi sono punti e linee di uno spazio a-dimensionale nel quale il tempo prende il posto dello spazio nella misura della distanza. In tal senso la metropolitana rappresenta un luogo tipico della post-modernità urbana nel quale l'uso sempre più frequente dei mezzi di trasporto veloci e degli strumenti di comunicazione a distanza contribuisce a separare i luoghi fisici dagli spazi sociali delle interazioni. Annullando la distanza spaziale attraverso la compressione dei tempi di spostamento, i sistemi di trasporto veloci come quelli metropolitani consentono infatti di realizzare scambi nei quali gli elementi tradizionali dell'interazione assumono un significato diverso. Il riferimento all'effetto tunnel, recentemente utilizzato da alcuni autori per descrivere le conseguenze che gli strumenti di comunicazione a distanza e i mezzi di trasporto veloci hanno sulle interazioni spazio-temporali (Vannini *et al.* 2012, Kaufmann 2016), bene si applica alla metropolitana. Da un lato essa corre lungo i tunnel sotterranei e, quindi, invisibili della rete del

trasporto urbano, dall'altro pone i passeggeri all'interno di tunnel nei quali l'elevata velocità si combina alla copertura delle lunghe distanze nel processo di annullamento dello spazio fisico.

Ciò ha conseguenze anche sulle modalità di utilizzo del mezzo, il terzo elemento che, unitamente al tipo di servizio e di struttura, differenzia la metropolitana dagli altri mezzi di trasporto pubblico. È stato osservato che il sovraffollamento, normalmente associato all'uso del mezzo di trasporto pubblico, porta gli attori a ridurre le interazioni al fine di preservare il proprio spazio di azione personale (Flamm 2005). Si tratta, in fondo, di un'osservazione che aggiorna, applicandolo al nuovo contesto dei mezzi di trasporto, le argomentazioni di Simmel sul comportamento blasé – riservato e apatico – dell'individuo esposto alla sovra-stimolazione sensoriale della città contemporanea (Simmel 1903). Ciò è in particolar modo vero sui vagoni e nelle stazioni delle metropolitane, dove i vantaggi associati al veloce attraversamento urbano richiamano quote consistenti di passeggeri disposti a pagarne i costi in termini di violazione, momentanea, dei confini degli spazi personali. Come noto uno dei meccanismi difensivi della violazione degli spazi personali consiste nel contenimento della comunicazione, riscontrabile, nelle metropolitane, nella tendenza a limitare gli scambi verbali e visuali con gli altri passeggeri. L'utilizzo parossistico degli strumenti di comunicazione da parte degli utenti della metropolitana ne fornisce una chiara evidenza empirica, nel suo significato di azione finalizzata a rispondere al bisogno di comunicare con gli altri e, nel contempo, di isolarsi dal loro spazio di prossimità. Come i mezzi di comunicazione e di intrattenimento del passato – i libri e i giornali –, gli smartphone, i tablet e i computer portatili di oggi vengono utilizzati per preservare la riservatezza dello spazio personale negli ambienti connotati dal sovraffollamento e dalla trasformazione dei riferimenti spazio-temporali tradizionali delle interazioni. Lo si può osservare anche sugli aerei dove, l'estraneità della sensazione associata alla forte compressione temporale del viaggio è per di più accompagnata all'innaturalità del volo, in particolare, ad altezze molto elevate. Sebbene meno percepita dell'altezza, anche la profondità del viaggio in metropolitana contribuisce a dare al viaggiatore una sensazione di innaturalità compensata dall'adozione di comportamenti peculiari, quali la sopracitata tendenza ad isolarsi con i mezzi di comunicazione a distanza e a contenere le interazioni di prossimità.

Altre pratiche sono, tuttavia, associate all'uso dello spazio e del tempo atipici della metropolitana. Il più noto è la difficoltà a muoversi ed orientarsi

nella fase di ingresso, spostamento e uscita dai mezzi e dalle stazioni. Diverse ricerche hanno mostrato l'influenza esercitata dai mezzi di trasporto sui comportamenti spazio-temporali dei viaggiatori, in particolare sulla loro capacità di acquisire il sistema complesso di informazioni che ne consentano l'utilizzo. Noti sono, per esempio, gli studi sulla mobilità veicolare privata e sulla capacità dei viaggiatori di adeguare il proprio comportamento di guida all'insieme composito delle norme che regolamentano la circolazione stradale. Altrettanto conosciuti sono gli studi e le ricerche sulle conseguenze dell'utilizzo parossistico dell'automobile in termini di auto-dipendenza (Urry 2004, 2006) e di alterazione della percezione di sé e dello spazio mediato dall'esperienza veicolare (Lomasky 1997, Featherstone 2000, Bull 2004, Mitchell 2005, Colleoni 2019). Meno diffusi sono invece gli studi sulla mobilità dei viaggiatori nelle stazioni dei treni e della metropolitana e sulla loro abilità di muoversi e orientarsi nei percorsi articolati delle loro reti, interpretandone la complessità dei segni e delle informazioni. È stato a questo proposito osservato che nelle stazioni multimodali e multifunzionali dei treni e delle metropolitane contemporanee il transito, che in fondo ne rappresenta l'attività principale, è reso sempre più difficile dalla complessità dei luoghi. «Se si dovesse riassumere in due grandi temi il malessere delle persone che vi transitano, essi potrebbero essere riassunti nella non intelligibilità del sistema e nel loro carattere disumano» afferma Tricaud parlando delle stazioni dei treni e delle metropolitane francesi (1996). Problemi di difficile intelligibilità del sistema sono stati riscontrati non solo nelle nuove stazioni francesi ma anche in quelle italiane. Pensate per accogliere piuttosto che per facilitare il transito, la nuova organizzazione degli spazi ha aumentato il rischio di collisione tra i flussi di viaggiatori in entrata, in uscita e in sosta. La numerosità e la varietà degli elementi che compongono la stazione l'hanno trasformata in un labirinto funzionale, temporale e spaziale in cui è facile perdersi, in particolare per i viaggiatori inesperti. Si tratta di un problema di non facile soluzione, rinviando alla natura contraddittoria dei grandi poli intermodali. In quanto nodi essi sono luoghi di scambio, non solo tra mezzi, ma anche tra funzioni urbane di vasta scala, ma come poli essi sono anche luoghi di sosta e di incontro alla scala di prossimità. Al loro interno convivono pratiche di utilizzo della stazione diverse e, spesso, incompatibili. Quella del viaggiatore esperto, che la attraversa velocemente per non perdere coincidenze o arrivare tardi ad una riunione di lavoro e quella del viaggiatore occasionale, che la occupa confusamente alla ricerca delle informazioni

necessarie per orientarsi (Colleoni e Guerisoli 2016). Per governare una tale diversità di pratiche si è guardato con sempre maggiore interesse alle diverse funzioni svolte dalle reti metropolitane nel corso della loro evoluzione, oggetto di approfondimento del paragrafo che segue.

### **3. Funzioni della metropolitana e sua evoluzione nella società contemporanea**

Le caratteristiche strutturali e funzionali della metropolitana, sinteticamente descritte nel paragrafo precedente, danno giustificazione al fatto che essa sia diventata l'asse portante del sistema di trasporto urbano nelle metropoli contemporanee. Normalmente bene integrata ai percorsi e ai nodi degli altri mezzi di trasporto, nelle città che ne sono provviste essa rappresenta il modo più comunemente utilizzato per entrare e spostarsi in città, dopo averci fatto accesso con il treno, le autovetture e gli autobus. In tal senso la metropolitana rappresenta il mezzo nel quale il principio dell'inter-modalità ha trovato migliore realizzazione, sebbene nelle città in cui ha raggiunto i livelli più elevati di estensione e capillarità essa venga sempre più utilizzata come mezzo di trasporto esclusivo. È il caso dei grandi agglomerati urbani serviti da estese reti metropolitane visibili a Seul, Shanghai, Pechino e Tokyo in Asia, a Londra, Parigi, Madrid e Berlino in Europa e, parzialmente, a Milano in Italia. A parte questi casi, le reti metropolitane svolgono però una funzione integrativa, sebbene prioritaria, nelle aree urbane e metropolitane che hanno posto i principi dell'inter-modalità e dell'integrazione al centro delle strategie dei loro sistemi di trasporto. Il riferimento all'inter-modalità e all'integrazione apre il campo alla riflessione sulle funzioni specifiche svolte dalla metropolitana, con attenzione sia al sistema dei trasporti, sia alla metropoli che la ospita sia alle popolazioni che ne fanno uso.

Al sistema dei trasporti, in primo luogo, laddove il termine sistema, troppo spesso, rinvia ad un obiettivo da raggiungere piuttosto che ad una realtà da governare. Come abbiamo visto, trattando brevemente la storia del mezzo nel primo paragrafo, la metropolitana è stata sin dalle origini concepita come una componente di un sistema più complesso di trasporto. All'inizio doveva consentire il trasferimento veloce tra le stazioni dei treni, poi venne utilizzata per decongestionare i percorsi di superficie tra i principali attrattori urbani, infine

servì come asse di collegamento tra il centro e i quartieri periferici e sub-urbani della sempre più estesa città post-industriale. In tutti i casi il valore della sua funzione rinviava alla capacità di compendiare, anziché di sostituire, un sistema di trasporto strutturalmente integrato con gli altri sistemi della città (residenziali, produttivi e commerciali). In altre parole, in metropoli in cui il mezzo di trasporto di superficie, e i suoi percorsi (stradali o ferrati) erano parte integrante della città costruita, la rete metropolitana era accolta, spesso con riserbo, per l'utilità della sua funzione accessoria. Similmente alle prime stazioni e reti ferroviarie – poste ai margini dei centri urbani per non deturparne la qualità con i rumori, l'inquinamento e i flussi di viaggiatori di diversa estrazione sociale che ne facevano uso -, per molto tempo delle metropolitane venne valorizzata la mera funzione di veloce mezzo di trasporto sotterraneo. La scarsa cura dei percorsi e delle stazioni di accesso era giustificata dalla marginalità di un mezzo nei confronti del quale, per molto tempo, la borghesia urbana nutrì una forte diffidenza. Trova in ciò spiegazione il fatto che in diverse città le reti metropolitane siano state utilizzate oltre che per il trasporto delle persone anche per quello delle merci (è il caso della *Post Office Railway* di Londra che funzionò dal 1927 sino al 2003) e che durante la guerra fredda esse siano state incluse nei piani della protezione civile nella lista dei rifugi nell'eventualità di un attacco nucleare. Nonostante molti credessero che «i parigini non avrebbero mai accettato di viaggiare nelle fogne» (come dicevano i conservatori dell'epoca), il successo del nuovo mezzo di trasporto fu tale che, a titolo esemplificativo, la metropolitana di Parigi già nel 1913 serviva 467 milioni di viaggiatori (Merlin 1997). Un simile successo ebbero le metropolitane delle città di tutto il mondo, in particolare di quelle sovietiche (Mosca dal 1935 e Leningrado dal 1955), che ne fecero il manifesto dei traguardi economici, sociali e tecnologici raggiunti dal regime comunista.

Il successo della metropolitana trova spiegazione nelle diverse funzioni che essa ha cominciato a svolgere negli ultimi quarant'anni. In primo luogo la metropolitana ha dovuto rispondere ad un aumento consistente della domanda di trasporto pubblico, conseguente ai processi di ri-urbanizzazione e alla nuova domanda di città. Una domanda proveniente dalle grandi multinazionali e dal variegato mondo delle imprese del terziario avanzato, della finanza, della consulenza, del marketing e dell'economia della conoscenza alla ricerca di ambienti urbani di elevata qualità forieri di contatti e accesso alle reti tecnologiche e, appunto, della mobilità (Vicari Haddock 2013). Di fatto la dispersione

degli insediamenti, che contribuì a dare una morfologia diffusa alle città nella fase post-industriale, non ha mai fatto venir meno la domanda di localizzazione centrale nelle metropoli contemporanee più attrattive. Già sedi delle funzioni pubbliche, dei servizi specializzati e delle attività culturali e ricreative di rango più elevato, il loro centro è diventato oggetto di interesse per un numero crescente di popolazioni temporanee che ne utilizzano i servizi, in particolare di trasporto, di giorno e di notte. A titolo esemplificativo, nel 2009 in Italia il 26% circa della popolazione urbana diurna era composta da non residenti: pendolari, *city users*, persone d'affari e turisti (Nuvolati 2016). I risultati di un recente studio condotto sui dati dell'ultimo sondaggio sulla mobilità della Regione Lombardia (Boffi *et al.* 2017), mostrano che nel 2014 nella città di Milano durante l'arco delle 24 ore si muovevano oltre 3 milioni e 800 mila persone, pari a oltre 560 mila spostamenti. Una crescente compresenza territoriale e oraria di popolazioni diverse, attratte dai luoghi del lavoro e dell'istruzione ma anche dai servizi di più elevata qualità e specificità funzionale, che si è declinata in un forte incremento della mobilità e dell'utilizzo dei servizi di trasporto pubblico, in particolare metropolitano. A ciò si aggiunga il fatto che negli ultimi quindici anni le grandi città, soprattutto del centro e nord Italia, sono state interessate dall'aumento della popolazione residente (+9,8% a Roma, +8,9% a Milano, +6,7% a Firenze e +4,6% a Bologna). Alcuni autori hanno interpretato questo dato come un primo segno di un fenomeno, già osservato in altre città europee, di aumento dell'attrattività urbana nei confronti anche dei ceti sociali elevati che hanno tratto i maggiori benefici dalla globalizzazione economica. Si tratta di élite transnazionali spesso multi-locali che vivono e lavorano in Paesi diversi (Weichhart 2009) e che appartengono a una nuova popolazione cosmopolita provvista di ingenti risorse economiche e sociali e di forti legami internazionali (da alcuni autori chiamata "*global gentrifying class*", Atkinson e Bridge 2005). Le conseguenze morfologiche della ri-urbanizzazione sono evidenti nell'intensificazione dell'uso della città nello spazio (sotterraneo e verticale) e nel tempo (la città delle popolazioni temporanee che fanno un uso intensivo e differente dei suoi spazi durante il giorno e la notte), così come nella proliferazione dei progetti, delle opere e degli eventi urbani (spesso finalizzati a rinnovarne l'immagine e a creare nuove centralità).

Con l'aumento del loro utilizzo le metropolitane, come altri luoghi della mobilità, hanno visto negli ultimi vent'anni aumentare anche gli interventi finalizzati a standardizzarne la morfologia e i servizi. Tra i modi più innovativi



in cui lo hanno fatto si segnalano quelli che, intervenendo sul miglioramento dell'estetica e dei sistemi di comunicazione, hanno creato spazi di migliore qualità e soprattutto di più facile fruibilità. Normalmente costruiti ed organizzati per rispondere a requisiti funzionali più che estetici, negli ultimi decenni i luoghi della mobilità hanno iniziato ad ospitare attività artistiche o sono diventati essi stessi opere d'arte e oggetto di un nuovo investimento simbolico all'interno di progetti di riqualificazione finalizzati ad aumentare l'attrattività urbana (Colleoni e Guerisoli 2014). I motivi che hanno portato a questi cambiamenti sono vari: «creare un legame con la tradizione e la storia della città, contestualizzare il luogo stesso, rendere visivamente più attraenti le stazioni, conferire una percezione di maggiore sicurezza, promuovere l'arte contemporanea tra un pubblico non specializzato» (*Ibid.*: 161). In alcune città il logo della metropolitana è stato elevato a icona urbana; è il caso della celebre mappa della *The Tube* di Londra (inventata nel 1933 da Henry Beck) o delle famose edicole di ingresso in stile *Art Nouveau* della *Métropolitain* di Parigi (disegnate nel 1901 da Hector Guimard). In altre città, anonime stazioni metropolitane sono state rinnovate dall'intervento di noti architetti internazionali. Una delle prime è stata quella di Bilbao che, nel 1987 affidò all'architetto Norman Foster il compito di ridisegnare le stazioni e le entrate della metropolitana (che in suo onore furono chiamate *fosteritos*). Sono invece più recenti gli interventi di rinnovamento effettuati sulla metropolitana di Lisbona, in occasione dell'Esposizione universale del 1998 e su quella di Atene per le Olimpiadi del 2004. In quest'ultima alcune stazioni della metropolitana sono state oggetto di importanti interventi di riqualificazione, in particolare quella di Acropoli che, arredata con reperti archeologici rinvenuti durante gli scavi, ha consentito al viaggiatore di anticipare l'esperienza della visita già durante il viaggio di accesso al museo. Al fine di rendere gli ambienti della metropolitana più attraenti e, secondariamente, di poter esercitare un maggior controllo sociale sui loro utenti, a New York è stato istituito un organismo, denominato *MTA-Arts for Transit*, che si occupa della promozione di iniziative culturali e della realizzazione di opere d'arte contemporanea. Iniziative simili si registrano nella metropolitana di Stoccolma (che ospita al suo interno oltre novanta opere d'arte contemporanea), in quella di Innsbruck (su progetto di Zaha Hadid) e di Londra (a *Canary Wharf* con le opere di Norman Foster).

Il fatto è che nelle stazioni delle metropolitane, come in altri luoghi della mobilità (quali le stazioni dei treni, gli aeroporti, le strade e le piazze) in cui la funzionalità e l'efficienza sono date per acquisite, l'attenzione si è rivolta sempre più

alle qualità estetiche. Si è parlato a questo proposito di «rivincita delle muse» (Cervellati 1991), laddove la bellezza dei luoghi della mobilità, così come della città che li ospita, è diventata un elemento dell'esperienza urbana e un obiettivo dei cosiddetti progetti di *beautification* (Amendola 2010). Finalizzati, in generale, a migliorare la qualità estetica e a promuovere l'arte di stazioni, aeroporti, piazze, e di altri luoghi della mobilità urbana, questi progetti rispondono in realtà ad una pluralità di obiettivi. Tra questi quello di migliorarne l'utilizzo e la fruibilità degli spazi trasformandoli da luoghi di transito in luoghi di interazione (fig.1).



Figura 1. Luoghi della mobilità e interventi di beautification (Colleoni 2019)

#### 4. Utenti e fruitori delle metropolitane italiane

Parlando nel primo paragrafo della storia delle metropolitane abbiamo detto che la prima rete nazionale fu costruita a Roma nel 1955 (sebbene un primo passante ferroviario di penetrazione urbana sotterranea fu realizzato a Napoli nel 1925). Da quella data la storia del mezzo passò per altre città di grandi dimensioni (Milano nel 1964, Napoli nel 1993 e Torino nel 2006) ma anche di minore taglia demografica (Genova nel 1990, Catania nel 1999 e Brescia nel 2013). La tradizionale disomogeneità delle città italiane si traduce nella presenza di reti e servizi metropolitani che presentano differenti caratteristiche, con attenzione sia alla lunghezza che al numero di linee e stazioni. Lunga più di 100 chilometri e fornita di 4 linee e di 113 stazioni (e di un passante ferroviario), la metropolitana di Milano è la più lunga e densa d'Italia. Superiore a quella della capitale (lunga 60 chilometri e provvista di tre linee), la metropolitana milanese è la sola che può essere comparata alle reti delle capitali europee della circolazione metropolitana. L'indicatore normalmente utilizzato per rilevare l'offerta metropolitana, il

numero di chilometri di rete per 100.000 abitanti, nel 2017 presentava un valore pari a 3,1, il più elevato tra quelli delle reti italiane ma inferiore ai valori delle metropoli europee meglio servite dalla metropolitana (vedi tab.2). La costruzione delle due nuove linee, la 4 e la 6, dovrebbe tuttavia migliorare la posizione del capoluogo lombardo portandolo sui valori di eccellenza di Berlino, Vienna e Parigi, anche in ragione dell'elevata qualità delle linee automatiche in corso di realizzazione. Le aspettative positive nei confronti della rete milanese trovano giustificazione, non solo nell'incremento progressivo dei suoi utenti (pari nel 2017 a 542 milioni annui, con una media giornaliera di 1.500.000), ma anche nei contenuti del programma di espansione dell'offerta. Oltre alla succitata realizzazione di due nuove linee strategiche (che conetteranno, attraversandoli, i quartieri occidentali e orientali della città, ora non serviti dalla metropolitana, e soprattutto l'aeroporto di Linate), essa prevede l'estensione delle linee esistenti al fine di meglio collegare la città ai comuni sub-urbani (Monza, Vimercate, Paullo, Trezzano sul Naviglio, Magenta e Paderno Dugnano).

Città	Popolazione area metropolitana	Chilometri di rete metropolitana per 100.000 abitanti	Chilometri della rete	Numero linee
Milano	3.217.673	3,1	101	4
Napoli	3.107.336	1,2	37	2
Roma	4.353.775	1,4	60	3
Torino	2.278.581	0,6	13	1
Berlino	3.501.872	4,2	148	10
Londra	8.173.941	5,7	464	11
Madrid	3.141.991	9,3	292	12
Parigi	5.157.618	4,3	220	16
Vienna	1.840.573	4,3	79	5

*Tabella 2. Reti metropolitane in Italia e in alcune città europee, per principali caratteristiche (Hermes-Asstra 2017)*

Sebbene su volumi di investimento più contenuti, anche le altre reti metropolitane italiane sono interessate da programmi di sviluppo e di miglioramento dell'offerta. Quella di Roma, la più problematica a causa della sua limitata

estensione e densità (rispetto a quella della sua superficie e alla consistente domanda potenziale), è attualmente interessata da un programma che include il prolungamento delle tre linee attuali e della conversione in metropolitana di alcune linee al momento comprese nella rete ferroviaria e tramviaria (Legambiente 2018). Si tratta di un intervento di elevata importanza che porterebbe non solo al risultato positivo di meglio rispondere alla domanda di trasporto pubblico degli abitanti e dei turisti (al momento contenuta in 760.000 utenti giornalieri) ma anche di connettere al centro urbano quartieri periferici ora raggiungibili solo con i mezzi di superficie pubblici e, soprattutto, privati.

Abbiamo osservato che oltre a Roma e Milano, altre cinque città italiane sono provviste di reti metropolitane (Napoli, Torino, Genova, Catania e Brescia). Si tratta di reti di minore estensione e portata, per quanto caratterizzate da eccellenze degne di osservazione (in particolare quelle di Napoli, Torino e Brescia). La prima, resa famosa dal recente progetto delle “stazioni dell’arte” (vedi paragrafo successivo), entrò in servizio nel 1993 con la linea 1, alla quale nel 2007 si aggiunse la linea 6, per un totale di 21 chilometri e di 22 stazioni. Il successo della metropolitana partenopea rinvia, non tanto alla sua estensione e, quindi, capacità di connessione di quartieri e aree periferiche (seppure presente grazie all’interconnessione con le preesistenti reti circumvesuviane), piuttosto nell’elevata qualità tecnica ed estetica del prodotto (riconosciuta da importanti quotidiani internazionali e, nel 2012, dal network statunitense CNN). La possibilità di accedere al centro in metrò, in particolare ad alcune sue piazze storiche e ai più rilevanti siti monumentali del capoluogo, rappresenta un ulteriore elemento di successo della rete campana (oltre che un importante risultato al fine di vincere l’isolamento del quale alcuni quartieri del centro storico, come quelli spagnoli, hanno sempre sofferto). Un successo decretato anche dai numeri, attualmente attestati su valori di 56 milioni di passeggeri annui e 180.000 giornalieri.

Torino ha inaugurato la prima linea metropolitana italiana a guida automatica nel 2006 in occasione dei XX Giochi olimpici invernali. Realizzata su un progetto comparabile alle reti delle città francesi di Lille, Toulouse e Rennes, si tratta di un servizio di media estensione, 13 chilometri e 21 stazioni, per quanto caratterizzato da un consistente numero di viaggiatori (42 milioni annui e 200.000 giornalieri nel 2018). Come la metropolitana di Napoli, anche quella di Torino presenta elementi di eccellenza, in particolare l’elevata qualità tecnica dell’opera e, dal punto di osservazione dei clienti, la pulizia, silenziosità e sicurezza. I valori ancora contenuti della sua offerta saranno migliorati dal

progetto di realizzazione della linea due che, una volta terminata, accoglierà oltre 300.000 spostamenti giornalieri.

La metropolitana leggera e automatica di Brescia è stata l'ultima ad essere costruita, nel 2013, e rappresenta una novità in uno scenario caratterizzato dalla presenza di reti di scala metropolitana. Nonostante la contenuta dimensione demografica della città che la ospita, la rete presenta valori prossimi a quelli di città più grandi, 13 chilometri di lunghezza, 17 stazioni, 18 milioni di passeggeri all'anno e 50.000 giornalieri. La sua realizzazione è stata accompagnata da un forte dibattito sui costi e sull'efficacia di una rete metropolitana destinata a rispondere alla domanda di trasporto di una città media. Va tuttavia osservato che Brescia, come altre grandi città medie italiane, serve un bacino di utenza ben più esteso che comprende le aree sub e peri-urbane della provincia le cui popolazioni si riversano quotidianamente in direzione del centro storico (normalmente in automobile).

Il futuro dell'Italia metropolitana vede la presenza di progetti di realizzazione in altre città, oltre a quelle sopra descritte. Tra le più importanti, l'area Padova-Venezia-Treviso, attualmente una delle zone a più alta densità di urbanizzazione del continente e l'estensione della metropolitana leggera di Cagliari, che una volta realizzata collegherà la città alla zona balneare del Poetto. Sono tuttavia numerose le linee metropolitane già esistenti, e al loro interno le stazioni, che versano in cattivo stato di conservazione e che, anche per questo motivo, non vedono un aumento della domanda ancora concentrata sui mezzi di superficie (soprattutto privati). Come spesso accade i casi di eccellenza convivono con quelli di mediocrità nel panorama, ancora disomogeneo, del sistema dei trasporti nazionale.

## **5. Alcuni casi studio nazionali e internazionali**

Molte città europee considerano la metropolitana uno spazio simbolico che racchiude in sé lo spirito della città e dei suoi abitanti. La metropolitana di Lisbona in Portogallo e di Napoli in Italia ne sono un esempio.

Con attenzione alla prima, già nel primo anno di funzionamento del suo primo tratto, nel 1959, il nuovo servizio metropolitano fu utilizzato da oltre 15 milioni di passeggeri. In una fase in cui la città stava iniziando a svilupparsi dal punto di vista economico e sociale, la presenza della metropolitana svolse un'importante funzione di supporto. L'intenzione di farne non solo un mezzo di trasporto ma

anche un'importante opera urbana, suggerì di dedicare particolare cura alla sua realizzazione. Le stazioni furono decorate con *azulejos*, le ceramiche colorate della tradizione portoghese, con riferimento ai temi del mare e della navigazione, cari alla tradizione del popolo portoghese. Le migliori sono oggi visitabili nelle stazioni Gare do Oriente, Campo Grande, Cais do Sodré, Cidade Universitária e Campo Pequeno. In occasione dell'Esposizione universale di Lisbona del 1998 le linee della metropolitana, che negli anni precedenti erano state aumentate a tre, videro l'aggiunta del collegamento con l'area del Parque das Nações (Parco delle Nazioni), sede dell'evento internazionale. Fu l'occasione per collegare alla città l'area nord-orientale, tradizionalmente isolata e sede di impianti petrolchimici. Al posto delle fabbriche nel quartiere furono costruiti il Pavilhão do Conhecimento (Padiglione della Conoscenza), il Caminho da Agua (Sentiero sull'acqua), il Jardim Garcia De Orta (Giardino), l'Oceanário (Oceanario) e la Torre Vasco de Gama. Ma sono soprattutto le opere destinate alla mobilità ad essere le più visitate: il Ponte Vasco de Gama (il più lungo d'Europa, lungo 17 chilometri), il Teleférico (Teleferica) e soprattutto la Gare de Oriente (Stazione d'Oriente). Opera di Santiago Calatrava, quest'ultima è una stazione intermodale e, soprattutto, un esempio di arte pubblica. In occasione della sua inaugurazione essa ha partecipato al Progetto *Art in the Metro* chiedendo a noti artisti internazionali di realizzare opere sul tema "oceani". Le più note sono quelle degli artisti giapponese Yayoi Kusama, austriaco Friedensreich Hundertwasser, argentino Antonio Seguí, australiano Arthur Boyd e islandese Erro.

In Italia, il caso più noto di utilizzo dell'arte nella stazione della metropolitana è quello di Napoli dove negli anni novanta ha preso avvio il progetto «Stazioni dell'Arte» coordinato dal critico Achille Bonito Oliva e finalizzato alla realizzazione di opere firmate da artisti internazionali. Lo scopo del progetto è di «conferire ai luoghi della mobilità una diversa qualità estetica, fornire una possibilità di incontro con l'arte a tutti e, infine, divenire uno strumento di rinnovamento del tessuto urbano» (Colleoni e Guerisoli 2014: 163). Il concetto di "metropolitana come museo obbligatorio" è proposta dal curatore al fine di trasformare la stazione in un luogo di sosta e di porre il viaggiatore in un museo, indipendentemente dalla sua volontà. Considerato il successo del progetto e il suo forte richiamo turistico nazionale e internazionale, negli ultimi anni la proposta di un Metro Art Tour ha portato nelle stazioni del metrò quote crescenti di soggetti dallo statuto ibrido di viaggiatori e visitatori. La stazione più famosa, quella di Toledo aperta nel 2013, nel 2015 ha vinto il premio mondiale dedicato alle migliori opere pubbliche sotterranee. Il primo livello della stazione ospita i mosaici di William Kentridge, omag-

gio alla storia della città, quello sottostante la monumentale sala sotterranea nella quale domina la bocca ovale del *Crater de luz*, un cono in mosaico che attraversa in profondità i livelli della stazione e al cui interno è possibile osservare un gioco di luci led governate dal software *Relative light*, programmato da Robert Wilson (*Ibid.*: 164). Al nome di Michelangelo Pistoletto è associata la fermata Garibaldi, lungo i cui percorsi l'artista ha posto degli specchi con figure umane che mimano gli atteggiamenti che le persone assumono in metropolitana. Nell'attraversare lo spazio, viaggiatori e turisti interagiscono con l'opera diventando essi stessi parte dell'installazione. La fermata Università, infine, vede i lavori del designer Karim Rashid i cui colori richiamano l'ambiente digitale dei giovani universitari.

## Bibliografia

- Amendola G. (2010), *Tra Dedalo e Icaro*, Roma-Bari, Laterza.
- Amendola G. (2013), *Il brusio delle città. Le architetture raccontano*, Napoli, Liguori.
- Atkinson R., Bridge G. (2005), *Gentrification in a global context: the new urban colonialism*, London, Routledge.
- Barles S. e Guillerme A. (1995), *L'urbanisme souterrain*, Paris, PUF.
- Boffi M., Colleoni M., Lipari L. (2017), "La morphologie dynamique de la ville contemporaine. Les rythmes quotidiens d'usage de la ville de Milan", in Gwiazdzinski L., Klein O., Drevon G. *Chronotopies: lecture et écriture des mondes en mouvement*, Editeur Elyscop, pp. 98-109.
- Bull M. (2004), "Automobility and the power of sound", *Theory, Culture & Society*, 21 (4/5), pp. 243-259.
- Cervellati P. (1991), *La città bella*, Bologna, Il Mulino.
- Colleoni M. e Guerisoli F. (2016), *La città attraente. Luoghi pubblici e arte contemporanea*, Milano, Egea.
- Colleoni M. (2019), *Mobilità e trasformazioni urbane. La morfologia della metropoli contemporanea*, Milano, Franco Angeli.
- Featherstone M. (2000), "Automobilities. An introduction", *Theory, Culture & Society*, 21 (4/5), pp. 1-24.
- Flamm M. (2005), "A qualitative perspective on travel time experience", Paper per la *5th Swiss Transport Research Conference*, Monte Verità, Ascona.
- Usai V. (a cura di) (2017), *Il trasporto pubblico nelle capitali europee: un'analisi di benchmark*, Hermes-Asstra Ricerche.

- Isfort (2016), *La domanda di mobilità degli italiani. Dati campionari* (2015), Audimob, Osservatorio sui comportamenti di mobilità degli italiani, Roma.
- Kaufmann V. (2016), "Putting territory to the test of reversibility", in Pucci P., Colleoni M. (a cura di), *Understanding mobilities for designing contemporary cities*, Springer Editor, pp. 35-48.
- Legambiente (2018), *Pendolaria. La libertà di muoversi in treno*.
- Lomasky L.E. (1997), "Autonomy and automobility", *The Independent Review*, 2, pp.5-28.
- LSE Cities (London School of Economics) (2014), Accessibility in cities: transport and urban form, The New Climate Economy – *The Global Commission on the Economy and Climate*.
- Martinotti G. (1993), *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino.
- Merlin P. (1997), "Les transports en région parisienne", *La Documentation française*, Paris, p.23.
- Mitchell D. (2005), "The S.U.V model of citizenship: floating bubbles, buffer zones, and the rise of the purely atomic individual", *Political Geography*, 24, pp. 77-100.
- Nuvolati G. (2016), "Resident and non-resident populations: types and conflicts", in Pucci P., Colleoni M. (a cura di), *Understanding mobilities for designing contemporary cities*, Springer Editor, pp.191-203.
- Piorr A., Ravetz J., Tosics I. (a cura di), (2011), *Synthesis Report. Peri-urbanization in Europe: towards european policies to sustain urban-rural futures*, University of Copenhagen / Academic Books Life Sciences, Plurel Consortium.
- Simmel G. (1903), *Die Großstädte und das Geistesleben*, Dresden, Petermann.
- Tricaud E. (1996), "Gare du Nord-Banlieu: la création continuée", *Séminaire les lieux-mouvement de la ville. Actes de la Conférence*.
- Urry J. (2004), "The system of automobility", *Theory, Culture & Society*, 21 (4/5), pp. 25-39.
- Urry J. (2006), "Inhabiting the car", *The Sociological Review*, 54 (s1), pp.17-31.
- Vannini P., Budd L., Jensen O. B., Fisker C. e Jirón P. (a cura di), (2012), *Technologies of mobility in the Americas*, New York, Peter Lang.
- Vicari Haddock S. (a cura di) (2013), *Questioni urbane. Caratteri e problemi della città contemporanea*, Bologna, Il Mulino.
- Weichhart P. (2009), "Multilokalität – Konzepte, Theoriebezüge und Forschungsfragen", *Informationen zur Raumentwicklung*, 1/2, pp. 1-14.





# M Il museo tra architetture urbane e nuovi ambienti tecno-relazionali

---

di Sara Spanu<sup>1</sup>

In epoca contemporanea il museo ha attraversato profondi mutamenti che ne hanno ridefinito ruoli e funzioni sociali. In primo luogo, l'istituzione museale acquisisce rinnovata centralità come fattore capace di promuovere la rinascita delle città, in particolare quelle che maggiormente hanno subito gli effetti della crisi del fordismo. In secondo luogo, si ridefinisce l'esperienza stessa del luogo sulla base delle diverse forme che promuovono l'*engagement* del visitatore. Da un lato attraverso un'articolazione dello spazio fisico in cui le nuove tecnologie digitali supportano un'interazione tra oggetto e visitatore maggiormente orientata sul piano multi-sensoriale. Dall'altro lato attraverso il contributo delle ICTs come canali capaci di estendere l'esperienza oltre lo spazio del *qui e ora* e di risemantizzarla tramite condivisione di idee e contenuti entro reti più estese di interazione sociale.

*Museums have undergone major changes in the last decades, redefining its social role and functions. Firstly, museums have gained fresh vitality due to the role played in the urban regeneration, mainly in the cities that suffered the worst effects of the Fordist crisis. Secondly, the museum experience has been progressively reshaped to allow a wider visitors' engagement. On the one hand, digital technologies redefine the spatial organization of museums and support multi-sensorial interactions between objects and visitors. On the other hand, ICTs can expand the experience of place and reinterpret it through visitors' sharing of ideas and contents within more extensive networks of social interaction.*

## 1. Definizione ed evoluzione storica del museo

Secondo l'International Council of Museums (ICOM), il museo è «un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società, e del suo

1 Sara Spanu è Ph.D. in Scienze sociali. Si occupa di politiche di sostenibilità urbana, partecipazione civica e pratiche di fruizione degli spazi collettivi. Svolge attività di ricerca e didattica presso l'Università di Sassari ed è attualmente assegnista presso il centro BASE dell'Università di Milano-Bicocca. È membro dell'Associazione Italiana di Sociologia e di ESA RN Urban Sociology.

sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sulle testimonianze materiali ed immateriali dell'uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, e le comunica e specificatamente le espone per scopi di studio, educazione e diletto».

Il termine deriva dal greco *μουσεῖο* (Mouseion) e sta a indicare «il tempio delle Muse». Secondo la mitologia greca, le Muse erano le 9 figlie di Zeus e Mnemosyne, dea della memoria «capace di ergersi a difesa dell'uomo dalla morte e dall'oblio, anzi, capace di 'resuscitare i morti' [...] nelle loro opere, nelle cose che amano, negli scritti, nell'arte» (Ruggieri *et al.* 1998: 108). Detentrici di forme d'arte, come la poesia, la commedia, la tragedia, la storia, l'astronomia e la danza, le Muse erano fonte d'ispirazione per i poeti e i loro canti allietavano gli dei. Tra i primi esempi di luoghi dedicati alla conoscenza e ai saperi rientra il Museo di Alessandria d'Egitto, realizzato tra il IV e III secolo a.C. accanto alla Biblioteca e che ha rappresentato il punto di riferimento per gli studi e le ricerche in epoca ellenistica, grazie alla presenza di laboratori, strumentazioni astronomiche, giardini e un orto botanico (Beretta 2005).

In epoca moderna, l'idea di museo rimanda agli *studioli* principeschi nei quali gli umanisti italiani erano soliti incontrarsi e celebrare la civiltà classica attraverso lo studio di libri antichi e la collezione di oggetti di vario tipo, fra cui monete, reperti archeologici e dipinti raffiguranti personalità del passato (Marini e Clarelli 2005). Tra le prime testimonianze in Italia di questi luoghi privati e ad accesso assai ristretto vi è lo studiolo estense di Belfiore, adornato non a caso con dipinti raffiguranti le Muse come a ribadire «quel valore di memoria che costituirà teoricamente il tramite fra lo studiolo e il museo» (Liebenwein 1991). Dalla seconda metà del XVI secolo si diffondono in Europa le *Wunderkammer*, luoghi destinati a *stupire* ospiti e visitatori delle corti e delle dimore di ricche famiglie grazie all'esposizione di consistenti patrimoni di *naturalia* e *artificialia* (Basso e Peressut 1997).

È a partire dal Settecento che inizia progressivamente a delinearsi l'idea di museo a noi più vicina come spazio razionalmente organizzato – e da questo punto di vista, non soltanto incline a stupire e meravigliare i visitatori – e soprattutto aperto al pubblico. L'impulso che ha dato origine al rovesciamento del paradigma fino a quel momento dominante proviene dall'ambiente anglosassone di metà Seicento e, in particolare, dalla Royal Society, fortemente influenzata dall'empirismo di Bacone, Locke e Hume. L'affermazione del metodo sperimentale si traduce, così, nella nascita di luoghi destinati ad accogliere collezioni botaniche e numismatiche, come l'Ashmolean Museum, e promuovere lo studio, l'uso della ragione e la

diffusione del sapere. Si tratta di una visione che trova ampia eco in epoca illuminista, a partire dalla Francia con l'apertura al pubblico di alcune collezioni della reggia del Louvre. A Londra, allo stesso modo, con l'inaugurazione del British Museum nel 1759 e l'accesso gratuito degli studiosi alle collezioni presenti.

La definitiva proliferazione di musei in Europa avviene nel corso del XIX secolo: l'apertura del Museo del Prado a Madrid, la National Gallery a Londra, la Pinacoteca di Berlino, l'Ermitage a San Pietroburgo. La logica espositiva privilegia un'organizzazione cronologica degli oggetti esposti con informazioni a disposizione dei visitatori. Risale alla seconda metà del secolo l'apertura dei primi musei degli Stati Uniti, di impronta tipicamente europea per quanto riguarda l'intento educativo e di diffusione della conoscenza tra il pubblico nel campo delle scienze, delle arti e delle culture. Fra i musei risalenti all'epoca vi è il MET di New York e i musei d'arte a Boston e Philadelphia.

Il XX secolo si apre con una radicale messa in discussione del modello museale ottocentesco da parte delle avanguardie artistiche e culturali, che lo ritengono eccessivamente istituzionale e orientato al passato: già a partire dagli impressionisti e successivamente con i dadaisti e i futuristi si contesta, infatti, l'intento celebrativo di epoche passate secondo canoni borghesi. Su questi presupposti nascono i primi musei d'arte contemporanea che ospitano opere di autori viventi, fra i quali Picasso e Duchamp. Nel corso del Novecento il museo subisce, al contempo, gli effetti dei totalitarismi europei. Gli Heimatmuseum tedeschi, ad esempio, hanno il compito di celebrare la patria e i valori nazionalistici con l'obiettivo di diffondere e radicare ideali xenofobi e razzisti; analogamente, i musei della Rivoluzione in Russia sono pensati per indottrinare le grandi masse rispetto alla lotta di classe e alla dittatura del proletariato. Gli stessi conflitti mondiali segnano le sorti del museo soprattutto in virtù dei danni strutturali provocati dai bombardamenti e del trafugamento di opere e collezioni. Ma è proprio a partire dal secondo dopoguerra che, accanto a una lenta ripresa soprattutto in Europa, prende forma una nuova epoca per il museo caratterizzata da una diversa concezione della sua funzione sociale e territoriale.

## **2. Mutamenti architettonici e nuovi ambienti tecnologici**

La crescente domanda sociale di bellezza a partire dagli anni Settanta e Ottanta del Novecento costituisce uno tratto peculiari della città post-industriale, in cui il

principio del piacere si afferma come elemento caratterizzante l'esperienza urbana contemporanea. Sotto questo profilo, la fruizione dei luoghi e degli spazi urbani si afferma entro cornici urbane essenzialmente scenografiche e la stessa esperienza urbana dell'individuo si configura sempre più come una pratica prettamente estetica e artistica (Mazzette 1997, Amendola 2003). La bellezza e la capacità di

stupire rappresentano le chiavi per il successo delle città in una competizione che diventa sempre più globale e in questo processo l'architettura svolge un compito di assoluta centralità nel



Figura 1. Ciudad de las Artes y las Ciencias (Valencia) (foto dell'autrice)

promuovere un'idea di città come bene da consumare. Secondo Sgroi (2007), la città, infatti, si «veste» per il consumo, reinterpretando continuamente la propria immagine attraverso un'accumulazione di manufatti adibiti ad attività di svago, divertimento, intrattenimento, consumo (Landry 2009) non necessariamente destinati a durare nel tempo e verosimilmente provvisori al pari dei contenuti che in essi trovano espressione. È per queste ragioni che si parla diffusamente di *architettura seduttiva* o *architettura delle meraviglie*. Come in una rappresentazione teatrale, tutto ha luogo nel palcoscenico-città: a cambiare sono le quinte

in cui si alternano le narrazioni che di volta in volta coinvolgono le esperienze dei fruitori urbani e le città come macchine multimediali si affannano nel tentativo di offrire sempre nuove ambientazioni. E se il museo esprime da sempre uno stretto legame con la città, in epoca postmoderna il suo ruolo acquisisce ulteriore enfasi come fattore capace di promuovere la



Figura 2. Tate Modern (Londra) (foto dell'autrice)

rinascita delle città, in particolare quelle che maggiormente hanno subito i contraccolpi della crisi dell'industria tradizionale.

Sul piano territoriale ciò ha coinciso con la realizzazione di nuovi musei in aree precedentemente adibite ad altre funzioni: si pensi alla riqualificazione della centrale elettrica di Bankside a Londra da parte di Herzog e de Meuron che oggi ospita il Tate Modern. La realizzazione del museo ha innescato, peraltro, processi di riqualificazione urbana più ampia a Bankside con l'accumulazione di ulteriori manufatti e, in definitiva, una rigenerazione complessiva dell'intera area. Analogamente, la realizzazione del Guggenheim Museum ad opera di Frank Gehry è strettamente correlata al progetto più ampio di sviluppo urbano di Bilbao e di cui il museo fu e continua ad essere l'emblema (Giebelhausen 2006). Nella città postmoderna che si riorganizza in funzione della cultura il museo si conferma, pertanto, come risorsa urbana di punta in rapporto alla diffusione di massa di esperienze estetiche, alla contaminazione di funzioni – presenza di teatri, biblioteche, negozi – e generi – arte, scienza, tecnica, etnologia, etc. –, alla spettacolarizzazione delle esposizioni e degli allestimenti, al commercialismo dei *bookshops* (Strassoldo 1997). Sul piano simbolico e culturale, il museo contemporaneo diventa oggetto di attrazione e di richiamo talvolta ancor prima dei suoi stessi contenuti, come «edificio-scultura, una machine à voir, simile a un oggetto di industrial design [...] in cui il consumo funzionale è esaltato dal consumo visuale o addirittura relegato in una posizione marginale» (Sgroi 2007: 46).

L'architettura e la progettazione del museo esercitano un ruolo rilevante nell'esperienza del luogo tanto *dal di fuori*, quanto *dal di dentro* (Basso e Peressut 2005). L'organizzazione degli spazi interni, infatti, ha a che vedere anzitutto con le strategie di presentazione dei contenuti in termini di coordinamento tra contenuti, narrazioni e ambiti spaziali. Si tratta di un aspetto rilevante da considerare, poiché capace di incidere in misura significativa sulle modalità di interazione del visitatore con l'ambiente circostante e sul suo orientamento rispetto a scelte di fruizione adottate in misura più o meno consapevole (Levin 1983). A ciò si aggiunge il fatto che la visita al museo rappresenta una esperienza collettiva nella misura in cui prevede la compresenza di più soggetti in un medesimo spazio e parte dell'organizzazione dell'ambiente museale è dedicata anche alla cura di questo aspetto. Non è casuale, infatti, l'articolazione spaziale del contesto di visita, la collocazione degli oggetti e le opzioni di posizionamento dell'osservatore nello spazio rispetto agli oggetti e agli altri visitatori: la consapevolezza di ciò che

circonda il visitatore e l'interazione con l'ambiente di visita definisce la natura sociale dell'esperienza museale (Stephens 1996).

A partire dalla progressiva diffusione delle tecnologie digitali, dell'informazione e della comunicazione, l'esperienza nello spazio museale si arricchisce di nuovi strumenti e opportunità a disposizione del visitatore. Così accanto ai supporti tradizionali di veicolazione delle informazioni, come i cartellini posizionati accanto agli oggetti esposti e le schede di sala, si trovano dispositivi in grado di ampliare le narrazioni in situ ed espandere così l'esperienza stessa di fruizione. Si pensi alle audio-guide, ai touch screen, ai QR Codes e ai dispositivi mobili, come smartphone e tablet, che complessivamente aggiungono servizi e delineano nuove pratiche di fruizione dello spazio e nello spazio (Canina *et al.* 2008). Sotto questo profilo le prerogative della *realtà aumentata* favoriscono nuove forme di esplorazione e di esperienza dello spazio in cui, grazie alla mediazione di un dispositivo portatile, la dimensione fisica si arricchisce di contenuti testuali e visivi (Chia-Yen *et al.* 2014). Analogamente la possibilità di definire e ridefinire il rapporto con il luogo è resa possibile da dispositivi tecnologici indossabili, come i Google Glass ad esempio, i quali attraverso il rilevamento della posizione del visitatore nel museo possono offrire percorsi di fruizione personalizzata (Tomiuc 2014). Ulteriori applicazioni tecnologiche a supporto dell'esperienza museale hanno a che vedere con la dimensione del *gaming* che, oltre a offrire intrattenimento, mira a coinvolgere i visitatori in interazioni di tipo ludico, stimolando, al contempo, l'interazione *face-to-face* e la cooperazione (Dini *et al.* 2007).



*Figura 3. Un invito ad approfondire tramite QR Code  
(Museo Nazionale della Scienza  
e della Tecnologia, Milano)  
(foto dell'autrice)*

### 3. Funzioni sociali del museo nella società contemporanea

In epoca postmoderna la nuova centralità delle città è fortemente subordinata alla capacità di mettere in atto strategie destinate ad attrarre investimenti e risorse.

se umane e tecnologiche in un quadro di accresciuta competizione nei circuiti dell'economia della conoscenza. Lasciandosi alle spalle il passato industriale, la città inaugura, infatti, una fase di reinvenzione del proprio ruolo attraverso una complessiva rivalutazione della cultura, della bellezza e della qualità urbana in chiave di attrazione. La cultura rappresenta il business delle città del XXI secolo (Zukin 1995) e i contesti urbani contemporanei costituiscono l'habitat ideale in cui trova spazio quel fermento creativo di idee, immagini, nuove mode e stili di comportamento capaci di stimolare la nascita di nuove forme culturali, alimentando lo sviluppo economico urbano in una formula rinnovata.

Allo stato attuale questa capacità di stimolare la creatività converge con le esigenze di un'economia sempre più incline a produrre simboli, piuttosto che beni materiali e durevoli e per questo alla continua ricerca di nuove fonti di ispirazione e di spunti per innovarsi (Scott 2001, Grandi 2010). Da questo punto di vista, l'industria culturale si incarica di alimentare nel pubblico la propensione al consumo in un'epoca di rapida obsolescenza dei beni e dei loro significati. Ciò va di pari passo col fatto che il progressivo miglioramento delle condizioni di vita ha sancito il superamento definitivo di un'idea di consumo finalizzata al soddisfacimento dei bisogni primari e che ora comprende quelli che Inglehart definisce «bisogni postmaterialisti», riconducibili all'ambito dell'auto-realizzazione e della soddisfazione di bisogni di tipo estetico e intellettuale (Inglehart 1983; 1993).

Il museo rappresenta oggi uno dei principali luoghi urbani capace di intercettare e soddisfare questi bisogni, a giudicare dai flussi consistenti che negli ultimi decenni si sono registrati in Europa, negli Stati Uniti e, più recentemente, nelle capitali asiatiche. Si è assistito a una definitiva transizione da spazio elitario e ad accesso ristretto a spazio collettivo destinato ad accogliere pubblici più ampi e ciò è avvenuto essenzialmente perché l'aspetto educativo è andato sempre più di pari passo con quello dell'intrattenimento e dello svago, costituendo i capisaldi su cui poggia l'esperienza sociale odierna negli spazi museali.

Nel dettaglio, lo studio, l'educazione e il diletto rappresentano le tre principali funzioni che l'ICOM attribuisce al museo contemporaneo. In merito allo studio, gli oggetti esposti e le informazioni presenti promuovono l'acquisizione di nuova conoscenza da parte del visitatore a partire dalla relazione che si instaura tra il bene e chi lo osserva. In particolare, la conoscenza veicolata dall'organizzazione museale deve essere diffusa affinché si traduca nel visitatore in saperi articolati e comprensibili e promuova capacità critiche di valutazione.



In merito all'educazione, il museo ha il compito di accompagnare il percorso di crescita continua e maturazione individuale e sociale del visitatore, educandolo alla diversità e stimolando nuove esperienze, atteggiamenti e valori. Si tratta, in altre parole, di un'educazione alla cittadinanza che si focalizza specificamente sul tema della diversità umana e culturale. In merito al diletto, il museo costituisce l'ambito spaziale e sociale nel quale il processo di studio e apprendimento si compie anche attraverso l'esperienza estetica e sensoriale. Se è vero, infatti, che l'organizzazione museale contemporanea è caratterizzata da una maggiore razionalità negli allestimenti e nella presentazione degli oggetti, è altrettanto vero che del passato continua a conservare l'intento di meravigliare e stupire, già presente, come si è visto, nelle Wunderkammer. Ciò affinché l'impegno intellettuale richiesto al visitatore e il processo di apprendimento si accompagnino ad esperienze di piacere e svago (Marini e Clarelli 2011).

L'introduzione di piattaforme digitali sociali ha consentito al museo di sperimentare nuove modalità di interazione con i visitatori e di socializzazione dei visitatori con l'ambiente museale (vom Lehn e Heath 2005). Da questa prospettiva le nuove tecnologie rappresentano uno strumento in grado di enfatizzare le tre funzioni menzionate, supportando i processi di apprendimento e conoscenza dei visitatori attraverso forme alternative di interazione e familiarizzazione con gli oggetti e gli spazi. Si tratta di risorse e opportunità in grado di stimolare altresì la creatività dei visitatori stessi in relazione alle possibilità non solo di diffondere e condividere con altri quanto appreso, ma di reinterpretare e ridefinire i contenuti culturali per mezzo di dispositivi e applicazioni digitali. Tanto la presenza crescente di nuove tecnologie all'interno del museo, quanto la diffusione di modalità di fruizione accompagnate da processi comunicativi mediati dal web innescano nuove pratiche partecipative. Da questa prospettiva, il museo sembra, infatti, disancorarsi dal proprio contesto territoriale di appartenenza per diventare accessibile potenzialmente da chiunque e a qualunque distanza, a patto che si posseggano gli strumenti per poterne fruire. Al contempo, l'esperienza del luogo appare oggi complessivamente più ricca poiché ancorata in misura crescente al ruolo del visitatore nella creazione di nuovi contenuti culturali generati a partire dalla propria interazione con spazi, dispositivi e risorse presenti. A queste condizioni il museo contemporaneo si configura come scenario sia *disembedded* che *embedded* secondo dinamiche del tutto sovrapposte e sovrapponibili e in tutti i casi caratterizzato dalla progressiva

affermazione di logiche *bottom-up* nella produzione e diffusione culturale che stanno trasformando il museo in un'istituzione *partecipativa* (Simon 2010).

#### 4. Il pubblico del museo

Il tema della partecipazione richiama l'attenzione che si è consolidata negli ultimi decenni verso approcci tesi ad ampliare il pubblico dei musei, con particolare riferimento ai gruppi tradizionalmente esclusi e assenti dai circuiti della fruizione culturale. A questo riguardo gli sforzi sono orientati principalmente verso un più ampio coinvolgimento e una maggiore accessibilità, destinati a promuovere il museo come spazio inclusivo e includente. L'obiettivo è un definitivo superamento della percezione del museo come spazio elitario, come «recinto del sapere» *adatto* a determinati fruitori e, perciò, popolato da presenze sociali specifiche e prevedibili (Sandell 1998). Da questa prospettiva il pubblico è definibile come un «insieme che oltrepassa quello dei visitatori reali, potenziali e remoti e che, pur avendo il proprio fulcro nella comunità territoriale di riferimento, possiede virtualmente un'estensione illimitata» (Marini e Clarelli 2011: 58).

Alla base di questi sforzi vi è l'intento di un coinvolgimento crescente del visitatore nelle dinamiche museali che si articola in svariate forme e modalità (Bollo 2014):

- attività e dispositivi di mediazione dei contenuti culturali e scientifici;
- coinvolgimento attivo attraverso laboratori, workshops, attività educative, approcci interculturali;
- partecipazione del pubblico nella progettazione di attività culturali e nella creazione di contenuti espressivi, artistici e *creativi* (*co-curation, co-creation, active spectatorship*);
- utilizzo del pubblico nel miglioramento e nell'ampliamento delle attività di comunicazione (*peer to peer communication*, ambasciatori e testimonial);
- volontariato e forme attive di cittadinanza culturali;
- comunità virtuali e partecipazione attraverso i diversi media digitali stimolata attraverso comportamenti di creazione, di condivisione, di personalizzazione a forte intensità sociale (ad esempio il *social tagging*);
- concorsi, votazioni, premi che stimolino relazioni più intense con l'istituzione.

Come si nota, il tema della partecipazione del visitatore presenta numerose sfaccettature e si articola in una mescolanza di ruoli e forme di interazione, sia *online* che *offline* e che non di rado si sovrappongono. Il che si traduce in un uso di dispositivi *hands-on* che consentono la registrazione di contenuti audio e video su smartphone e tablet e che tramite applicativi web è possibile propagare oltre i confini fisici del museo stesso, amplificando di fatto l'esperienza di fruizione stessa. La creazione di contenuti creativi da parte del pubblico attraverso i *devices* tecnologici e i social media è in grado di alimentare, al contempo, una rete continua di interazione tra il museo e il suo pubblico, ad esempio attraverso le classificazioni in forma di *tag* attribuite dagli utenti agli oggetti e agli spazi espositivi: il che consente al museo di guardare agli oggetti attraverso lo sguardo dei visitatori e al più vasto pubblico dei non-esperti, al contempo, di accostarsi via web a contenuti ai quali diversamente potrebbe non aver accesso (Bonacini 2012).

Dalla prospettiva del pubblico l'esperienza museale può utilmente far leva sull'apporto fornito dalle nuove tecnologie non solo per soddisfare le curiosità, ma per ricoprire un ruolo ben più attivo di quanto non lo sia allo stato attuale, con riferimento alle audio-guide e ai QR Codes che presuppongono azioni specifiche da parte del visitatore per accedere ai contenuti di interesse. L'aspettativa è che le nuove tecnologie in ambiente museale acquisiscano maggiore autonomia dagli input del visitatore e, dunque, propendano, ad esempio, verso capacità di riconoscimento automatico dell'opera che si ha davanti con restituzione di informazioni coerenti (Pandolfo *et al.* 2020).

## **5. L'esperienza del luogo e il ruolo delle nuove tecnologie in alcuni musei italiani**

A seconda delle tematiche, dei contenuti e della tipologia di allestimento (temporaneo/permanente), si osservano differenti approcci e gradi di penetrazione della tecnologia negli spazi di alcuni musei italiani (Spanu 2017).

In primo luogo, la presenza di ambienti tecnologici può caratterizzare maggiormente mostre e allestimenti temporanei. È il caso del Museo delle Culture (MUDEC), museo etnografico che sorge negli spazi dell'ex fabbrica Ansaldo a Milano. Inaugurato nel 2015, il museo si articola in diversi ambienti: oltre alle sale dedicate alla collezione permanente e alle mostre temporanee, la struttura

è dotata di un auditorium, una biblioteca, spazi laboratoriali, caffetteria, ristorante e bookshop. Si tratta di una struttura che incarna i caratteri del museo contemporaneo sia per la molteplicità di funzioni compresenti, sia per lo stile architettonico nel quale spicca lo «Spazio Nuvola», una struttura sinuosa di vetro e acciaio che avvolge la piazza centrale del museo e che costituisce esso stesso un elemento di attrazione del luogo. La sezione permanente del MUDEC offre una ricca collezione di manufatti, utensili e opere d'arte provenienti da varie parti del mondo, fra cui soprattutto Africa, Asia e Sud America. Il Museo conserva un patrimonio di manufatti rappresentativi di culture e popolazioni altre rispetto a quella europea con l'obiettivo di far conoscere e contemporaneamente promuovere l'idea dell'«altro», dello straniero, del migrante. Tutti i reperti sono organizzati per cultura e area di provenienza ed esposti all'interno di teche di vetro; ogni oggetto è accompagnato da una didascalia che riporta il nome, il periodo, l'area di provenienza, la popolazione di appartenenza, la tecnica con cui è stata realizzata e un breve testo che spiega l'impiego o la funzione che assolveva. La didascalia è proposta anche in inglese, mentre sono assenti modalità alternative di lettura. In tutte le sale della mostra permanente non sono presenti strumenti tecnologici di supporto alla fruizione delle informazioni e dei beni esposti, ad eccezione di due proiettori video. La visita può essere fatta autonomamente con audio guida: si tratta di uno strumento limitato al solo ascolto audio tramite cuffie, senza alcun tipo di supporto video o di immagini, dotato di un piccolo schermo per la digitazione del codice corrispondente all'oggetto di cui si chiede la descrizione. Dall'osservazione dei comportamenti dei visitatori non è emerso un uso particolarmente diffuso di strumenti tecnologici per fotografare o per cercare informazioni aggiuntive; ciò probabilmente perché si tratta di opere maggiormente capaci di incuriosire e suscitare il desiderio di approfondimento in un pubblico già appassionato alla tipologia di opere esposte, ma è altresì vero che non sono presenti stimoli attorno alle opere esposte che suscitino la curiosità dei visitatori e li involino ad andare oltre la mera osservazione. La presenza di sole teche di vetro crea continue separazioni tra il visitatore e l'oggetto, con la sola eccezione di pochi reperti, fra cui un calesse giapponese che, per forma, foggia e possibilità di essere osservato più da vicino, generava maggiore curiosità e coinvolgimento.

Una fruizione che ricorre maggiormente a tecnologie digitali è osservabile negli allestimenti temporanei del MUDEC, come, ad esempio, in occasione della mostra intitolata «Homo Sapiens. Le nuove storie dell'evoluzione uma-

na», allestita in una sezione apposita del museo. Complessivamente, la mostra ha ripercorso l'evoluzione del genere umano dalla preistoria fino ai giorni nostri, attraversando le varie epoche e tutte le fasi che hanno condotto all'*Homo Sapiens Sapiens*, comprese le diverse migrazioni dall'Africa ai paesi asiatici fino all'Europa. Elemento particolarmente significativo della mostra riguarda l'organizzazione dello spazio espositivo, che non ha previsto un ricorso particolarmente pervasivo di tecnologie di supporto alla visita, ma certamente l'ambiente tecnologico è stato pensato per offrire al visitatore varie opportunità di interazione con lo spazio e gli oggetti presenti. Un primo elemento riguarda la varietà di modalità di presentazione degli oggetti: ai reperti collocati all'interno di teche trasparenti si alternavano, infatti, le rappresentazioni in 3D di modelli ricostruiti ad altezza naturale raffiguranti ominidi o grandi animali che popolavano una regione del mondo in un determinato periodo della storia umana. Per cui ad un tipo di interazione con resti fossili originali si affiancavano ricostruzioni tridimensionali visibili, attorno alle quali era consentito girare intorno e così entrarvi in contatto in maniera più articolata e diretta. Non era permesso toccare le ricostruzioni, così come non era possibile scattare fotografie. Tuttavia, durante il percorso erano presenti supporti in grado di accompagnare e arricchire l'esperienza di visita tramite schermi di varie dimensioni dedicati alla proiezione di filmati. L'attenzione del pubblico è stata richiamata, in particolare, da un mini-documentario di pochi minuti trasmesso su alcuni tablet fissati al muro, con audio in italiano e sottotitoli in inglese, che illustrava le reazioni e le espressioni del viso messe in atto da soggetti appartenenti a culture diverse che, pur non essendo mai venute a contatto tra loro, evidenziano modalità analoghe di reazione a fronte di specifiche situazioni. La sosta per la visione del documentario costituiva un'occasione continua di formazione di piccoli gruppi di visitatori che condividevano l'esperienza dello spazio e dei contenuti, a partire dai quali non di rado si sono generate forme di interazione e dialogo tra i partecipanti più adulti.

Un altro supporto capace di attrarre gruppi di visitatori più giovani ha a che vedere con una dimensione più ludica della visita costituita da un sistema in grado di riprodurre i suoni della lingua aborigena; si trattava di un gioco per i visitatori più giovani invitati a formulare parole in italiano e ascoltare la traduzione in aborigeno, per lo più suoni incomprensibili che tuttavia divertivano il pubblico partecipante. Altro spunto ludico presente nel percorso di visita era il «Gioco delle razze», un test basato sulla visualizzazione di ritratti di soggetti di varie provenienze geografiche, con differenti tratti somatici, colore della pel-



*Figura 4. Giovani che si cimentano con il “Gioco delle razze” (MUDEC, Milano) (Foto dell’autrice)*

le, acconciature dei capelli, trucchi e ornamenti sul viso. Il gioco invitava a creare gruppi di individui che presentassero somiglianze e affinità tali da essere collocabili in uno stesso gruppo di appartenenza. Il test non restituiva alcun tipo di responso, se non la percentuale di partecipanti che ha fornito risposte analoghe a quelle del giocatore di turno. Lo scopo del gioco era primariamente educativo nel far riflettere sul fatto che il concetto di razza rimanda a una costruzione meramente umana e sociale. Va sottolineato un connubio interessante tra il supporto – un tavolo, il cui ripiano era costituito da un touch screen nel quale comparivano i volti da osservare e raggruppare – e le forme di socialità: il posizionamento del supporto consentiva, anzitutto, la libera circolazione e sosta attorno ad esso; ciò ne ha fatto un oggetto di richiamo per continui flussi di visitatori, attratti anzitutto dall’oggetto e dall’attività proposta, che se, da un lato, chiamava in causa percezioni e stereotipi, dall’altro lato ha creato forme continue di aggregazione e curiosità di osservare le performance dei vari partecipanti. Un interessante esempio del fenomeno richiamato da William Whyte (1980) negli studi sulle interazioni sociali e definito col termine di «triangulation», cioè lo stimolo capace di creare legami provvisori tra persone estranee che sono indotte ad interagire, in questo caso amplificando la natura collettiva dell’esperienza.

Non sempre, tuttavia, la disponibilità di risorse tecnologiche è di supporto al visitatore nella fruizione di allestimenti temporanei. È ciò che si può osservare presso il Museo d’Arte MAN di Nuoro, inaugurato nel 1999 negli spazi di un edificio storico nel centro della città. A differenza del MUDEC, gli spazi del MAN attualmente ospitano primariamente mostre temporanee dedicate ad artisti e movimenti del XX e XXI secolo, fra i quali l’espressionismo tedesco attraverso la collezione dell’Osthaus Museum di Hagen. I dipinti, esposti nelle

sale distribuite nei quattro piani della struttura, sono accompagnati da didascalie a muro con l'indicazione del nome dell'autore, il titolo originale dell'opera, l'anno e la tecnica di realizzazione. Non sono presenti altrove spiegazioni di supporto e approfondimento, se non una brochure cartacea consegnata ai visitatori all'ingresso alla quale sono affidate le informazioni più rilevanti sugli autori, sul significato del movimento artistico, e un grande pannello a muro situato all'inizio del percorso di visita, con una descrizione della mostra in italiano e inglese.

Nelle sale espositive non sono presenti supporti tecnologici destinati ad accompagnare la fruizione del visitatore (ad esempio, audio-guide o pannelli video). In alcuni casi si osserva lo scatto di fotografie tramite smartphone, talvolta condiviso sul social network Instagram con tag dell'opera e/o del luogo. Va detto, peraltro, che la possibilità di approfondimento da parte del visitatore e di ampliamento dell'esperienza nel luogo è limitata dall'articolazione del luogo stesso, in virtù della quasi totale assenza di spazi nei quali sostare



*Figura 5. Visitatori (MAN, Nuoro)  
(Foto dell'autrice)*

(una sola panca è collocata nella sala da cui inizia il percorso). In generale, si tratta di un percorso di visita pensato prevalentemente in attraversamento e questo influisce tanto sui tempi di osservazione dell'opera, quanto sulle attività svolte dal pubblico, fra cui le modalità di interazione con lo spazio e nello spazio.



*Figura 6. Interazioni dirette con gli strumenti dello sceneggiatore (Museo Nazionale del Cinema, Torino)  
(Foto dell'autrice)*

Un interessante bilanciamento tra esperienza del luogo e supporti tecnologici alla visita caratterizza il Museo Nazionale del Cinema di Torino. Inaugurato nel 1958 a Palazzo Chiabrese, dal 2000 ospitato negli spazi della Mole Antonelliana. Tutte le sale del Museo sono dotate in larga parte di QR Code che consentono al visitatore di accedere a pagine

web di approfondimento sugli oggetti esposti. I contenuti sono principalmente testuali, talvolta accompagnati da brevi filmati ed è necessario essere collegati tramite proprio smartphone alla rete wifi gratuita locale per l'accesso e utilizzo dei contenuti. Come il MAN, si tratta di uno spazio pensato principalmente per essere fruito in movimento e sono pressoché assenti spazi in cui è possibile sedersi e sostare durante la visita delle sezioni museali. Va rilevato, tuttavia, che le scelte operate in termini di allestimento favoriscono la totale immersione del visitatore negli ambienti e nelle narrazioni che si susseguono: ad esempio, la parte dedicata all'archeologia del cinema è densissima di richiami al passato e alle tecniche cinematografiche, con proiezioni storiche offerte continuamente agli spettatori. In generale, gli spazi appaiono ricchi di stimoli tali da non richiedere particolari competenze o conoscenze pregresse da parte del visitatore per cogliere il senso, l'uso, la funzione degli oggetti esposti e delle tecniche descritte. C'è una costante alternanza tra reperti esposti e narrazioni audio e video, con un chiaro intento didattico. Il viaggio nella storia del cinema giunge gradualmente al cinema contemporaneo, passando dal muto al sonoro, con i film più importanti che hanno caratterizzato il Novecento, e dal bianco e nero al colore, con la nascita e il successo di Hollywood, i suoi allestimenti, le scenografie, i set, i materiali di scena, i copioni, le sceneggiature, le fotografie di scena e i grandissimi cartelloni che negli anni Quaranta costituivano vere e proprie opere d'arte.

Una mostra temporanea allestita lungo le pareti della cupola, secondo un percorso elicoidale, conclude il percorso di visita. Dal punto di vista spaziale si tratta di un luogo interessante, perché mette in comunicazione lo sguardo del visitatore con il piano terra della Mole. Qui si trova la *Sala del Tempio*, un grande spazio allestito per la proiezione di brevi video su grandi schermi e che i visitatori possono guardare, sostando su poltrone rosse reclinabili, dotate di sistemi di diffusione audio incorporato, non udibile esternamente, che creano un temporaneo isolamento del visitatore dall'ambiente circostante. La *Sala del Tempio*, con le poltrone, i grandi schermi e le nicchie disposte lungo i lati, dedicate alla celebrazione di alcuni film cult della storia del cinema, costituisce lo spazio più significativo dal punto di vista dell'attrattività, a partire dall'ascensore posto al centro della sala in continuo movimento per trasportare i visitatori da e sulla cima della Mole. Si tratta di uno spazio accogliente, capace di attrarre e trattenere i visitatori, anzitutto per sostare al termine della visita e per godere della visione dei filmati, accomodati sulle poltrone. Tutte queste attività incentivano modalità collettive di uso dello spazio museale, nel quale si osserva ciò che fanno gli altri, ci si guar-



da intorno, si osserva e si imitano i comportamenti reciproci. Anche chi visita la mostra temporanea lungo la rampa è tendenzialmente incuriosito da ciò che accade giù e rappresenta, per questa ragione, un'area significativa di richiamo e attrazione del museo.

L'elemento interessante da sottolineare è il senso di totale immersione del visitatore in un'esperienza del luogo stimolante e coinvolgente, basata su una presentazione dei contenuti diversificata a seconda dell'intento ora didattico, ora informativo, ora divulgativo del museo. Queste scelte agiscono da stimoli continui alla curiosità del visitatore rispetto al periodo storico o al significato/funzione dell'oggetto esposto, e ciò di fatto non ha richiesto da parte dei visitatori il ricorso ad altre fonti di informazione e apprendimento «esterne» al luogo stesso. Il ricorso a internet o all'applicazione scaricabile

dallo store del museo che descrive gli spazi e l'articolazione dei contenuti, è stata raramente osservata nelle pratiche di visita. I QR Codes presenti lungo il percorso di visita svolgevano un'utile funzione descrittiva e di vero e proprio approfondimento. Si tratta, tuttavia, di un mezzo che presenta un limite principale: chi non ha a disposizione la tecnologia necessaria ad interpretare il codice non potrà accedere in altro modo alle informazioni associate. Dunque è potenzialmente accessibile a tutti, ma a patto che si disponga della tecnologia necessaria per accedere ai contenuti. La possibilità di fruire del QR Code e di altre risorse tecnologiche presenti può certamente suscitare curiosità e desiderio di ampliare l'esperienza di visita. Tuttavia, il non disporre degli strumenti o delle competenze necessarie per fruirne può costituire un limite rilevante, che può tradursi in un generale disinteresse del visitatore ad avvicinarsi a tali stimoli e vanificare, pertanto, l'intento interattivo proposto dal museo. Contro questa eventualità va riletto il ruolo delle nuove tecnologie come risorsa capace di esaltare anzitutto l'esperienza del luogo, a partire dalle modalità di interazione con l'ambiente circostante e con le opportunità offerte durante il percorso di visita.



*Figura 7. Scorcio della Sala del Tempio  
(Museo Nazionale del Cinema, Torino)  
(Foto dell'autrice)*

## Bibliografia

- Amendola G. (2003), *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Roma-Bari, Laterza.
- Basso Peressut L. (1997), *Stanze della meraviglia. I musei della natura tra storia e progetto*, Bologna, Clueb.
- Basso Peressut L. (2005), *Il Museo Moderni. Architettura e museografia da Perret a Kahn*, Milano, Edizioni Lybra Immagine.
- Beretta M. (2005) (a cura di), *From Private to Public: Natural Collections and Museums*, Science History Publications, Sagamore Beach.
- Bollo A. (2014), *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development*, in De Biase F. (a cura di), "I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement", Milano, Franco Angeli.
- Bonacini E. (2012), Il museo partecipativo sul web: forme di partecipazione dell'utente alla produzione culturale e alla creazione di valore culturale, in "Il Capitale Culturale", 5, pp. 93-125.
- Canina M.R., Celino I., Frumento E., Pagani A., Simeoni N. (2008), *Beni culturali: lo sviluppo del settore passa dall'ICT*, in "Beltel", 130, pp. 8-13.
- Chia-Yen C., Bao Rong C., Po-Sen H. (2014), "Multimedia augmented reality information system for museum guidance", in *Personal and Ubiquitous Computing*, 18 (2), pp. 315-322.
- Dini R., Paternò F., Santoro C. (2007), "An environment to support multi-user interaction and cooperation for improving museum visits through games", in *Proceedings of the 9th international conference on Human Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, ACM, pp. 515-521.
- Giebelhausen M. (2006), "Museum Architecture: a Brief History" in Macdonald S. (a cura di), *A Companion to Museum Studies*, Malden (MA), Blackwell Publishing, pp. 223-244.
- Grandi R. (2010), *Le città creative*, in "Il Mulino", 6, pp. 1037-1044.
- Inglehart R. (1983), *La rivoluzione silenziosa*, Milano, Rizzoli.
- Inglehart R. (1993), *Valori e cultura politica nella società industriale avanzata*, Padova, Liviana-Petrini.
- Landry C. (2009), *L'arte di fare la città*, Torino, Codice Edizioni.
- Levin M. (1983), *The modern museum: Temple or showroom*, Jerusalem, Dvir Publishing House.
- Liebenwein W. (1991), "Lo studiolo come luogo del principe." in *Le muse e il principe. Arte di corte nel Rinascimento padano*, II, Panini, Modena.

- Marini Clarelli M. V. (2005), *Che cos'è un museo*, Roma, Carocci Editore.
- Marini Clarelli M. V. (2011), *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma, Carocci Editore.
- Mazzette A. (1997), "Come cambia la metropoli: alcune categorie analitiche", in Guidicini P. e Sgroi E. (a cura di), *Valori, territorio, ambiente*, Milano, Franco Angeli, pp. 46-58.
- Pandolfo L., Spanu S., Grosso E., Pulina L. (2020), "Understanding and Modeling Visitors' Behaviours for Enhancing Personalized Cultural Experience", *International Journal of Technology and Human Interaction*, 16 (3).
- Ruggieri Tricoli M.C. e Vacirca M.D. (1998), *L'idea di museo. Archetipi della comunicazione museale nel mondo antico*, Milano, Edizioni Lybra Immagine.
- Sandell R. (1998), "Museums as Agents of Social Inclusion", *Museum Management and Curatorship*, 17 (4), pp. 401-418.
- Scott A.J. (2001), "Capitalism, cities, and the production of symbolic forms", *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26, pp. 11-23.
- Sgroi E. (2007), "Nuove rappresentazioni urbane: luoghi per consumare, luoghi da consumare", in Mazzette A. e Sgroi E., *La metropoli consumata*, Milano, Franco Angeli, pp. 37-79.
- Simon N. (2010), *The Participatory Museum*, Santa Cruz, Museum 2.0.
- Spanu S. (2017), *PIUCultura. Paradigmi Innovativi per l'Utilizzo della Cultura*, Rapporto di Ricerca, Università di Sassari.
- Stephens S. (1986) (a cura di), *Building the new museum*. New York, Architectural League of New York.
- Strassoldo R. (1997), "Aspetti sociologici dell'urbanistica postmoderna", in Mazzette A. (a cura di), *La città che cambia*, Milano, Franco Angeli, pp. 50-80.
- Tomiuc A. (2014), "Navigating Culture. Enhancing Visitor Museum Experience through Mobile Technologies. From Smartphone to Google Glass", *Journal of Media Research*, 7, pp. 33-46.
- Vom Lehn D., Heath C. (2005), "Accounting for New Technology in Museum Exhibitions", *International Journal of Arts Management*, 7 (3), pp. 11-21.
- Whyte W. H. (1980), *The Social Life of Small Urban Spaces*, Washington DC, Conservation Foundation.
- Zukin S. (1995), *The Cultures of Cities*, Blackwell Publishing, Hoboken, New Jersey.

# N

**Negozi di alimentari – NUNZIA BORRELLI, LORENZA MARIA SGANZETTA**



# N Il nuovo nel vecchio: *restyling* e nuove linee commerciali per i negozi alimentari

di Nunzia Borrelli<sup>1</sup> e Lorenza Maria Sganzzetta<sup>2</sup>

Le dinamiche del settore commerciale alimentare rappresentano un fattore rilevante di trasformazione dei territori, in quanto i negozi alimentari contribuiscono alla vitalità dell'ambiente urbano. Il potenziale ruolo di queste realtà nei processi di trasformazione urbana è tale che alcune amministrazioni stanno riflettendo sulle diverse valenze del settore in ambito cittadino, ragionando sugli effetti che il commercio legato al cibo può avere sulla riqualificazione o sull'impoverimento dei tessuti urbani fisici e socio-relazionali. Alcuni enti (locali o regionali) e imprese si sono distinti come soggetti particolarmente attivi, sia nel fornire mezzi finanziari per promuovere progetti, sia nell'elaborare iniziative che direttamente o indirettamente, si propongono di dare sostegno al commercio alimentare di vicinanza. Il testo mira a delineare le caratteristiche principali dei negozi alimentari, sottolineando come è cambiata la loro forma fisica, il vissuto relazionale al loro interno e la funzione nel contesto territoriale nel quale sono localizzati.

*The dynamics of the commercial food sector represent a significant factor in the transformation of the territories, as food shops contribute to the vitality of the urban environment. The potential role of these realities in the processes of urban transformation is so disruptive that some administrations are reflecting on the different values of the sector in the city context, reasoning on the effects that the food market can have on the redevelopment or impoverishment of physical and social urban fabrics. Some institutions (local or regional) and companies distinguished themselves as particularly active subjects, both in providing financial means to promote projects, and in developing initiatives that directly or indirectly propose to support the local food market. The text aims to outline the main characteristics of food shops, emphasizing how their physical form changed, the relational experience within them and the function in the territorial context where they are located.*

- 1 Nunzia Borrelli è RTD-B in sociologia del territorio presso l'Università di Milano Bicocca dove, oltre a svolgere attività di ricerca, è docente di un corso di turismo sostenibile. I suoi interessi di ricerca spaziano dalla *governance* territoriale, applicata sia alla gestione dei sistemi alimentari sia alla valorizzazione del patrimonio, alla rigenerazione urbana supportata dalla capacità di attivazione degli attori locali. Ha svolto attività di ricerca, oltre che in Italia, in UK, USA, Cina, Africa.
- 2 Lorenza Maria Sganzzetta è geografa, Ph.D. in pianificazione urbana ed esperta sostenibilità della catena alimentare e cooperazione internazionale; ha lavorato presso l'e-commerce di Eataly, come consulente tecnico GIS nell'iniziativa Food for the Cities della FAO, contribuendo alla progettazione di politiche agricole in contesti urbani e rurali di Zambia, Sri Lanka e Colombia. Ha collaborato con l'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni e la Fondazione Feltrinelli come consulente a progetti sulla sostenibilità alimentare. Durante il dottorato in Urban Planning, Design and Policies presso il Politecnico di Milano, ha studiato l'efficacia delle Food Policies volte a sistemi alimentari sostenibili.

## 1. Definizione e storia del negozio alimentare

Secondo l'enciclopedia Treccani, la parola negozio deriva dal latino *negotium* «attività, occupazione, affare, traffico», composto di *nec* «né» e *otium* «ozio, inazione, riposo dall'attività e dagli affari». Partendo dalla definizione più generica di attività e occupazione, con negozio si intende, più nello specifico, un affare, inteso come accordo tra due o più persone riguardo al passaggio di beni, merci, ecc.: *fare, concludere un buon n., un cattivo negozio*. Anche nell'ambito del diritto *giuridico*, la parola rimanda a uno scambio tra due o più individui, definendo un atto mediante il quale il privato è autorizzato dall'ordinamento giuridico a regolare interessi individuali nei rapporti con altri soggetti.

ISTAT definisce i negozi come punti di vendita operanti su piccola superficie, appartenenti alla distribuzione tradizionale e caratterizzati da una superficie inferiore ai 400 metri quadrati. Possono essere esercizi specializzati o non specializzati. Fra questi ultimi rientrano i minimercati (codice 47114 secondo la classificazione Ateco delle imprese), i negozi che vendono surgelati (codice 47115 secondo la classificazione Ateco delle imprese) e gli empori (codice 47199 secondo la classificazione Ateco delle imprese).

Nell'uso commerciale più diffuso il negozio rappresenta uno spazio, generalmente a pianterreno e aperto sulla pubblica via, dove vengono esposte e vendute merci (spesso sinonimo di *bottega*, che oggi è di uso più raro che in passato). Tipologie diverse di negozio vendono prodotti di diversa natura e possono essere connessi ad altri punti vendita caratterizzati dalla medesima proprietà, costituendo una *catena di negozi* e mantenendo l'obiettivo di rendere visibili i prodotti in vendita e invogliare i clienti all'acquisto.

Il negozio alimentare appartiene, quindi, alla categoria di luoghi fisici deputati allo scambio commerciale di beni che hanno in comune la prioritaria necessità di attirare la clientela e incrementare la vendita. Lo scopo di un negozio alimentare, come di tutti gli altri, è caratterizzato dal concepimento di un ambiente in grado di attivare comportamenti coordinati e indirizzati all'atto dell'acquisto (Salvi 2013).

Negli Stati Uniti, i negozi di alimentari, detti *grocery stores*, sono punti vendita assimilabili alle nostre drogherie e sono specializzati nella vendita di prodotti alimentari, sia freschi che preconfezionati, nonché di prodotti per la casa

non alimentari, come asciugamani di carta, carta igienica, prodotti per la pulizia e medicinali da banco. Aumenta la gamma dei prodotti disponibili, quindi, ma non la loro qualità, in quanto i *grocery stores* sono spesso aperti fino a tarda notte, al mattino presto e nei giorni festivi, e molte persone fanno affidamento su di loro per acquisti di emergenza come il ghiaccio, il latte, le uova o medicinali da banco, quando i negozi normali sono chiusi (Mayo 1993).

La sostanziale differenza consiste quindi nella differente percezione che il cliente ha del negozio alimentare in Italia e negli Stati Uniti. Mentre nel contesto italiano, questo punto vendita è sinonimo di prodotti di qualità sensibilmente più alta rispetto a quelli del supermercato, nonché di affidabilità, tradizione e antica sapienza del commerciante (Cavicchi 2008), negli Stati Uniti il *grocery store* non riveste alcuno di questi significati «emozionali», ma si presenta come punto emergenziale di acquisto, perfettamente sostituibile a un altro.

La storia della nascita del negozio alimentare segue l'evoluzione della stratificazione in classi della società, secondo cui, quando le prime popolazioni nomadi si orientarono verso vite più sedentarie, a un surplus di produzione, corrispose una necessità da parte dei produttori di rivendere i prodotti (Diamond 1997).

La vendita degli alimenti in sede mobile o fissa rappresenta una delle più antiche forme di commercio, risalente alle civiltà del mondo antico (Ciccotti 1977), tra cui quella dell'Impero Romano che, grazie ai suoi estesi confini geografici, ne fece un'arma economica di finanziamento pubblico.

Con il declino dell'Impero e l'imporsi dell'economia feudale si affermò la tendenza a produrre ed elaborare autonomamente le materie prime alimentari, con il conseguente decadimento della bottega. Intorno al XIII sec. con il rifiorire dell'economia cittadina, rifiorirono anche i laboratori artigiani e le botteghe alimentari come panifici, rosticcerie, pasticcerie, spezierie e macellerie. La struttura e il posizionamento di questi primordiali negozi alimentari ricalcano quelle odierne, sia nelle città del medioevo sia in quelle rinascimentali, con lo spazio di vendita collocato al piano terra e gli alloggi ai piani superiori (Morello 2016).

La presenza di più botteghe in un percorso coperto precedette infine la nascita del negozio cittadino moderno che avvenne nel XIX secolo, contemplando per la prima volta uno spazio chiuso con una porta d'entrata e vetrine ampie, con vista dall'esterno della merce esposta.



Nel '900, nel periodo postumo alla II guerra mondiale caratterizzato da boom economico e ammodernamento tecnologico, i negozi alimentari di vicinanza iniziarono una fase di lento declino, lasciando posto ai primi supermercati, come Esselunga o Coop che offrivano prodotti a lunga conservazione e un'innovativa metodologia di acquisto (Ciconte e Liberti 2019).

Bisognerà attendere fino alla recessione europea con la crisi dei debiti sovrani per far sì che nella percezione del consumatore, con ridotta capacità di acquisto, si faccia strada l'idea che i modelli capitalistici di consumo possano avere contribuito al suo impoverimento e che il consumo indotto della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) non sia più il modello preferibile all'acquisto nei piccoli negozi al dettaglio (Puato A, *Corriere della Sera*, 21 marzo 2018).

I negozi alimentari vivono oggi in Italia una fase di relativa rivitalizzazione, sebbene i dati sulle piccole e medie imprese del Ministero dello Sviluppo Economico dell'inverno 2016 descrivano un panorama di 747.042 unità, distinto in 525.144 sedi di impresa attive e 221.898 unità locali (MISE 2016) e di cui soltanto 95.105 sono piccole imprese nel settore della vendita di generi alimentari al dettaglio.

Nonostante ciò, il negozio alimentare di vicinato, secondo quanto rilevato da un'indagine Confcommercio 2018, rappresenta un riferimento abituale per quasi il 37% degli italiani e circa il 55% dei consumatori italiani intervistati acquista beni alimentari nei negozi di quartiere, con un indice di soddisfazione del 47,7% per i negozi indipendenti specializzati (MISE 2016).

La diffusa percezione di una rivitalizzazione in atto del negozio al dettaglio è avvalorata dalla constatazione del fatto che le tendenze all'invecchiamento della popolazione italiana (Istat 2018) e i nuovi ritmi di vita, che impongono brevi pause pranzo e tempi più stretti per la preparazione dei pasti, hanno causato, negli anni più recenti, la crisi dell'offerta alimentare non specializzata, in particolare degli ipermercati che hanno risentito anche delle più generale crisi dei consumi (Ravazzoni *et al.* 2018).

## **2. Architettura d'esterno e d'interno, tecniche di vendita e sostenibilità**

Il negozio alimentare, il cui obiettivo a breve termine è caratterizzato dallo scambio commerciale e dall'incremento delle vendite, deve prevedere uno spa-

zio fisico funzionale alla vendita, in grado di attivare comportamenti coordinati e indirizzati all'atto dell'acquisto (Salvi 2013). A questo scopo il prodotto deve essere esposto secondo modalità per cui risulti desiderabile e lo spazio commerciale deve trasformare il momento dell'acquisto da atto necessario a esperienza piacevole per indurre nell'acquirente il desiderio di ritornare.

Rilevante risulta, inoltre, la scelta dell'ubicazione del negozio che deve porre l'attenzione sul traffico di potenziali clienti, sulla visibilità del proprio spazio e sull'analisi della presenza di altri esercizi commerciali nell'area (Salvi 2013).

I negozi alimentari devono affrontare quindi un problema di corretta esposizione e valorizzazione della merce, nonché di conservazione degli alimenti per garantire la qualità del cibo. Per questo, il fulcro di questa tipologia di negozi è costituito dal banco frigo, che può essere statico, semi-statico o ventilato, sul quale devono poter trovare collocazione bilance, coltelleria, posate e taglieri, e da celle di refrigerazione.

Tralasciando le caratteristiche di architettura d'interni, il negozio alimentare deve poi rispondere all'esigenza del cliente di fare un'esperienza d'acquisto all'interno di uno spazio accogliente e confortevole.

Sempre più consumatori, infatti, prediligono l'acquisto nei punti di vendita al dettaglio, secondo un processo di riscoperta del piccolo negozio alimentare, che suggerisce un ambiente familiare e accogliente in grado di fornire prodotti di qualità più alta rispetto al supermercato (Nielsen 2016).

Il negozio alimentare di vicinato, detto comunemente "l'alimentare", secondo quanto rilevato da un'indagine Confcommercio 2018, ha ricominciato a rappresentare un riferimento abituale per quasi il 37% degli italiani e circa il 55% dei consumatori italiani intervistati acquista beni alimentari nei negozi di quartiere, con un indice di soddisfazione del 47,7% per i negozi indipendenti specializzati.

Per questo motivo le stesse grandi catene della GDO (grande distribuzione organizzata) pianificano oggi nuove strategie di marketing, volte alla riorganizzazione su formati più piccoli e in città e alla sperimentazione di reparti, a volte affidati ad imprenditori indipendenti, che replichino i negozi di vicinato e offrano un'immagine di affidabilità e freschezza del prodotto. Questi grandi players della distribuzione si stanno orientando verso soluzioni architettoniche di volume inferiore agli ipermercati, pianificando aperture di format più ridotti (come per esempio Carrefour Express e Auchan Market) e di negozi brandizzati, le "superette" di cui parlano Fabio Ciconte e Stefano Liberti nella

loro inchiesta, diffuse per i marchi come A&O, Despar e Coop (Ciconte e Liberti 2019).

Contemporaneamente, i negozi di alimentari si sono rivolti sempre più alla progettazione di un'architettura sostenibile. Secondo il rapporto Facts About Store Development del 2007 del Food Marketing Institute, un numero sempre maggiore di dettaglianti di generi alimentari ha adottato design e architettura sostenibili. Il 21,6% dei partecipanti ha dichiarato che la bioedilizia è un obiettivo per le proprie organizzazioni e il 58,5% ha dichiarato che le loro organizzazioni stavano prendendo in considerazione le opzioni di bioedilizia.

Parallelamente a queste scelte commerciali, la crisi economica ha trasformato i modelli di consumo e le forme di consapevolezza e di percezione degli impatti delle produzioni alimentari in strati ampi della popolazione, a prescindere dalle variabili di reddito e socioculturali (Sganzzetta e Tricarico 2017). Negli ultimi anni, infatti, si è registrato un cospicuo aumento dei consumi di prodotti qualitativamente certificati, di alimenti biologici (Nielsen 2016) e si è sviluppata nel consumatore medio la necessità di ricercare un interlocutore affidabile e riconoscibile.

Si assiste quindi a una riscoperta dei negozi "tradizionali", rappresentativi del valore della prossimità e di nuovi format volti al miglioramento dell'esperienza di acquisto, come i negozi gourmet e risto-retail che offrono la possibilità di assaggiare i prodotti e spesso di mangiare in negozio (Ravazzoni *et al.* 2018).

Le realtà tradizionali e le nuove forme di negozio devono però rispondere alle medesime esigenze di racconto del prodotto nella sua connessione con il territorio, attraverso una precisa descrizione dei caratteri territoriali della filiera, del legame con il produttore e di affidabilità del prodotto (Sganzzetta e Tricarico 2017).

Per questi motivi, lo stesso spazio urbano deve definire ed essere definito dalla rete commerciale dei piccoli dettaglianti, in un reciproco rapporto di trasformazione.

Non solo l'architettura dei negozi alimentari, ma anche la città in futuro verranno ridisegnati nei termini delle evoluzioni del consumo, in quanto una maggiore consapevolezza del consumatore medio sta modificando quelli che sono i luoghi del presente e quelli che saranno i luoghi del cibo del futuro (Sganzzetta e Tricarico 2017).

### **3. Funzioni sociali e trasformazioni del negozio alimentare: non solo vendita ma anche luogo del consumo**

Secondo le considerazioni sviluppate intorno allo sviluppo architettonico di interni ed esterni nel contesto italiano, il concetto di funzionalità del negozio alimentare è strettamente legato alla vendita di prodotti di consumo alimentare. Parallelamente, esistono altre funzioni maggiormente connesse alla tipologia di spazio urbano, rurale o marginale in cui il negozio è collocato.

Il negozio alimentare si è connotato, fino alla prima metà del XX secolo, come luogo di aggregazione femminile, in cui casalinghe e governanti si ritrovavano per scambiarsi opinioni di cucina e gestione della casa. Il sabato rappresentava per i commercianti un giorno di intenso lavoro, in quanto giorno precedente al pranzo della domenica, momento a forte valenza simbolica per le tradizioni locali (Barilla Center for Food and Nutrition 2018).

A questo proposito, esemplificativa e veritiera è la scena in macelleria del film “Sabato, domenica e lunedì” del 1990 diretto da Lina Wertmüller, che vede protagonista Sofia Loren. La scena è ambientata in una macelleria napoletana di sabato mattina e vede un gruppo di donne impegnate nell’acquisto della materia prima (la carne) per la preparazione del ragù della domenica. La macelleria è affollata e chiassosa, e le donne parlano tra di loro, quando, ad un certo punto, nasce una discussione in merito alla preparazione del ragù che in breve si trasforma in rissa. (<https://www.youtube.com/watch?v=tQMHV0rnl8o>).

I negozi alimentari vendevano principalmente materie prime o lavorate da cucinarsi a casa e rappresentavano luoghi di incontro e scambio di informazioni.

Questa funzione sociale del negozio alimentare si rifa alle teorie di James secondo cui il cibo si lega all’identità (James 2005) e, se l’identità si esprime nella condivisione di usi e di valori, anche l’alimentazione costituisce un elemento identitario di appartenenza.

Attorno al cibo si creano relazioni sociali e i nuovi modelli di consumo di massa rischiano di impoverire queste connessioni tanto che, secondo Bauman, la diffusione stessa dei beni di consumo di massa è la causa dello stato di alienazione degli individui nel periodo capitalista (Bauman 2007). Da qui, la percezione da parte del consumatore del negozio alimentare come luogo di comunità e di connessione con il valore culturale del cibo, in contrasto con quella del supermercato dell’era capitalista, generatore di consumatori passivi e privi di connessioni (Latouche 2011).

Si può quindi affermare che il cibo e la diretta connessione con la sua cultura, ruolo che il negozio alimentare espleta, eleggendosi a baluardo di qualità contro la dottrina del consumismo, ha una valenza aggregante, che permette di rinforzare i legami sociali, e una valenza identitaria, quando diviene trasmissione di valori ed usanze culturali.

In Italia l'attore pubblico ha saputo riconoscere il fenomeno di rinascita dei negozi alimentari, definendone la funzione di presidio sociale, in quanto «contribuiscono ad animare le vie meno centrali, creano relazioni di vicinato tra clienti e chi vi lavora» (Comune di Milano 2019).

Cambia, allo stesso tempo, la percezione di valore dei modelli di consumo, in cui la dimensione della salute si aggiunge al recupero delle valenze culturali e sociali della relazione con il cibo. Nelle nuove generazioni è cresciuta la percezione di poter migliorare la qualità della propria vita anche controllando ciò che si mangia e di poter intervenire in modo efficace per ridurre gli effetti dannosi della vita contemporanea. Tracciare la qualità del sonno, scegliere cibi biologici o seguire diete particolari, meditare, fare sport e ricercare nuovi equilibri, sono attività uscite dalle nicchie e che riguardano sempre più persone, di diversa età, professione e status economico (Comune di Milano 2019). Nel 2016 il valore del mercato globale per la salute e il benessere ha raggiunto i \$686 miliardi (Euromonitor International). Particolarmente interessante a questo proposito è il caso della catena di negozi Eataly, che promuove la vendita di cibo fresco e di altissima qualità alimentare e ha guadagnato nella percezione del consumatore medio un alto livello di affidabilità in termini di benessere e sanità del cibo.

Nonostante queste esplicite tendenze alla funzionalità sociale, il negozio alimentare mantiene alcune funzioni strettamente economiche e di mercato, che si differenziano a seconda del livello di urbanizzazione del contesto territoriale in cui sono posizionati.

Nei contesti urbani, il negozio alimentare si definisce oggi anche come luogo di consumo. Secondo uno studio della Confcommercio del 2018, in Italia è sempre più frequente pranzare e cenare fuori casa e i negozi alimentari e i centri della GDO si sono adeguati alla nuova esigenza di consumare un pasto pronto in una pausa pranzo di breve durata, offrendo una gamma di prodotti a consumo immediato, spesso dotati di posate e piatti usa e getta (Ravazzoni *et al.* 2018). Vari sono gli esempi in Italia di mercati ristrutturati, convertiti a luoghi di vendita e ristorazione, come il nuovo mercato di Firenze o il mercato del pesce di Milano.

Invece, nelle grandi città a vocazione turistica, il negozio di vicinanza riveste una forte valenza simbolica e di attrattività culturale, le vecchie botteghe vengono infatti ristrutturare e mantenute attive, in quanto testimonianze del passato che aiutano a ricostruire la storia di quel territorio.

Piuttosto differente è la funzione dei negozi alimentari in contesti rurali e/o montani marginali, dove il negozio spesso assume una funzione di rivitalizzazione del tessuto sociale e promozione turistica del luogo. I negozianti diventano così narratori della comunità, forniscono dépliant e raccontano le specificità dei luoghi ai turisti (Bertazzoni 2017). Si rafforza così anche il rapporto tra produttore e venditore che collaborano al medesimo scopo di marketing territoriale e produttivo.

Le funzioni del negozio alimentare si sintetizzano, quindi, in funzioni sociali (aggreganti, identitarie e salutistiche) ed economiche (di consumo e turismo). Ma la grande sfida è riappropriarsi di un rapporto più profondo, più ricco, più motivante con l'alimentazione, e quindi con i luoghi in cui il cibo è distribuito, dove il rapporto con gli alimenti sia ricondotto alla dimensione del territorio, della comunità e della salute. Da questo punto di vista la dimensione temporale appare decisiva. Un tempo che si dilata per lasciare nuovo spazio all'esperienza alimentare (Barilla Center for Food and Nutrition 2018). E in questo, il negozio alimentare può rappresentare un baluardo contro le tendenze capitalistiche al consumo *fast*, e in difesa del tempo come valore sociale, politico ed esperienziale.

#### 4. Operatori specializzati e fruitori di qualità

Sulla base di uno studio condotto da Confcommercio e Fomat Research su un campione statisticamente rappresentativo di consumatori di prodotti alimentari, risulta che oltre un terzo del campione fa la spesa alimentare presso negozi "tradizionali" di vicinato.

Secondo recenti statistiche sulle preferenze del consumatore medio, i negozi alimentari, sia quelli non specializzati ("alimentari" generici con un'ampia gamma di prodotti freschi, confezionati e per la casa) sono preferiti per l'accessibilità, la vicinanza e la velocità nell'acquisto, sia gli specializzati, ovvero quelli detti negozi di vicinato (che vendono frutta e verdura, pescheria, macelleria, panifici) sono preferiti «per la qualità del prodotto fresco, addirittura

più che presso il produttore, e per la cortesia e la competenza del personale» (Ravazzoni *et al.* 2018 ).

I negozi alimentari registrano un indice di soddisfazione più elevato rispetto ai supermercati, confermando l'elevato valore attribuito al servizio, alla prossimità, alla relazione personale e alla capacità di ricercare, selezionare e presentare con competenza i prodotti in vendita (Nielsen 2016).

Questo risultato è dovuto a molteplici variabili, tra cui le rinnovate competenze e ambizioni del commerciante alimentare, che si ridefinisce "operatore eno-gastronomico".

Sulla base delle funzioni sociali ed economiche che il negozio alimentare assume, l'operatore stesso deve essere strumento di aggregazione, di promozione di prodotti del territorio e di alto valore salutistico, nonché *storyteller* turistico e, all'occorrenza, ristoratore (v. paragrafo Funzioni sociali).

L'opportunità per gli operatori del negozio alimentare è quindi quella di dimostrarsi diversi dai competitors della GDO e dimostrarsi capaci di emozionare, di stimolare, di ascoltare e di consigliare prodotti di alta qualità, freschi e connessi con la tradizione locale.

Gli operatori del negozio alimentare devono quindi mettere più passione nel loro lavoro, ottenendo un effetto di fidelizzazione del cliente (Bertazzoni 2017).

Per questo motivo, grandi e piccoli operatori stanno oggi riscoprendo il valore del servizio, cercando di avvicinarsi a modelli tradizionali, in cui l'elemento fondante è il rapporto di fiducia che si genera tra un operatore esperto e un fruitore con alte pretese. In questo nuovo scenario competitivo, i negozi alimentari, inventori del modello di piccola-media superficie in area urbana stanno promuovendo il business a forte valenza culturale.

Il fruitore del negozio alimentare di vicinanza è quindi prevalentemente un soggetto attento alla qualità del prodotto, interessato a sapere cosa mangia, a conoscerne la provenienza, e presta particolare attenzione alla cortesia del negoziante, ricercando un servizio di alta qualità. La maggiore attenzione alla qualità del cibo è cresciuta in maniera esponenziale negli ultimi anni e in concomitanza con scandali alimentari come mucca pazza o aviaria (Nielsen 2016), e con le questioni di criticità ambientali connesse al cambiamento climatico e agli impatti ambientali dell'agricoltura e dell'allevamento. La paura di mangiare cibo che possa nuocere alla nostra salute e la maggiore consapevolezza del valore di un'alimentazione sana spingono i consumatori a rivolgersi ad operatori portatori di questo tipo di garanzie e competenze (Nielsen 2016).

Un altro aspetto che caratterizza i fruitori di negozi alimentari specializzati riguarda la possibilità di acquistare e consumare cibo pronto. Sulla base dello studio Confcommercio 2018, risulta evidente che la percentuale di singles e di persone che tendono a mangiare fuori casa sta crescendo mostruosamente nel corso di questi ultimi anni (Ravazzoni *et al.* 2018). La tendenza a mangiare fuori casa con scarse risorse economiche e di tempo, pasti di sufficiente qualità, è cresciuta vertiginosamente in questi ultimi anni (Comune di Milano 2019). I negozi alimentari sembrano dare una risposta a questa domanda, in quanto possono offrire un servizio veloce, economico e di buona qualità, instaurando un rapporto amichevole e di fiducia con il cliente.

Ancora poco frequentato è invece il mondo dell'e-commerce alimentare che non sembra interessare i fruitori e gli operatori dei negozi alimentari. L'e-commerce alimentare è a livelli minimi in Italia, 0,5% contro il 6% della Francia, per quanto sia destinato a crescere nel canale *grocery*, ossia la spesa del supermercato fatta online, che nel 2015 ha registrato un aumento del 57%, e del cibo pronto, in delivery (direttamente dal ristorante), che è arrivato ad un +66% nel 2016 (Ravazzoni *et al.* 2018). Vari sono stati i tentativi di trasmettere affidabilità del prodotto nel commercio digitale, attraverso sofisticate strategie di marketing e l'attuazione della normativa sulle etichette nutrizionali, con il regolamento europeo 1169/2011 (MISE 2011).

Sembrirebbe, secondo il rapporto Confcommercio 2018, che il mercato alimentare digitale, con riserve virtualmente infinite e fotografie non verificabili dei prodotti, spesso disincentivi l'acquisto da parte dei consumatori, spingendo i grandi operatori a riscoprire il valore del negozio alimentare di vicinanza e riorganizzando i punti vendita in soluzioni architettoniche di volume inferiore divise in reparti, a volte affidati ad imprenditori indipendenti, che replichino i negozi di vicinato e offrano un'immagine di affidabilità e freschezza del prodotto (Ciconte e Liberti 2019).

## **5. La riscoperta del formato “familiare”: due grandi players nella sfida del negozio alimentare**

In un panorama commerciale caratterizzato da consumatori virtuosi sempre più attenti alla vicinanza e alla genuinità dei prodotti, attività di marketing e branding ispirate alla qualità, e non più solo alla quantità, possono garantire



un importante motore di business.

Da qui, la riscoperta del negozio alimentare di vicinanza da parte del consumatore e la nascita di modelli di distribuzione intermedia, come compromesso tra la GDO (grande distribuzione organizzata) che muove grandi volumi di merce e affari e il dettagliante specializzato in pochi prodotti selezionati.

Rilevante, a questo proposito, tratteggiare il fenomeno dei negozi di grandi catene di distribuzione che si ispirano al concetto di negozio tradizionale, vedendo, nelle nuove esigenze del consumatore, un'opportunità di business.

Negli ultimi anni, infatti, alcuni grandi players della distribuzione alimentare stanno modificando la componente estetica ed esperienziale dell'acquisto a favore di modelli che suggeriscano al consumatore un ambiente di tipo familiare e rassicurante, per garantire al nuovo pubblico più esigente, modelli etici ed esperienze di acquisto gratificanti.

Alcune grandi catene di distribuzione pianificano oggi nuove strategie di marketing, volte alla riorganizzazione dei punti vendita in locations più piccole e familiari e alla sperimentazione di alcuni reparti separati dal resto del supermercato che vendono prodotti di alta qualità, a volte affidati ad imprenditori indipendenti, che replichino i negozi di vicinato e offrano un'immagine di affidabilità e freschezza del prodotto.

In Italia uno degli esempi interessanti, legato al ripensamento degli interni e alla selezione dei prodotti, è quella dei concept store di Coop Fiorfood. Il concetto di punto vendita mira a suggerire al cliente una serie di valori ispirati alla qualità e alla sostenibilità ambientale, in un ambiente accogliente. Il progetto agisce sulla relazione e sull'estetica, aumentando il grado di informazione per il pubblico e offrendo un percorso guidato (Russo 2018).

L'obiettivo è quello di costruire una serie di negozi che si propongano come centri di innovazione, sperimentando esperienze di socialità e condivisione, con presentazione di libri e conferenze, parallelamente all'espletamento della spesa quotidiana.

La scelta del nome Fiorfood esplicita il legame con i prodotti Fiorfiore, prodotti a marchio Coop di alta fascia di prezzo, con certificazioni di qualità e sostenibilità ambientale.

Fiorfood concept store è un progetto di ristrutturazione architettonica interna ed esterna degli spazi, in un ridimensionamento funzionale ispirato alle tendenze dei consumatori che hanno ridefinito i loro bisogni, i loro sprechi e la loro disponibilità all'acquisto.

Nell'architettura esterna si sono effettuati progetti di riqualificazione di vuoti urbani come nel caso del punto vendita di Modena, che ha visto il recupero del complesso R-Nord, vittima di degrado e delinquenza, e la realizzazione di nuovi spazi intorno al complesso, un parco giochi, un negozio Coop Salute e il bar gelateria Coop.

Allo stesso tempo, all'interno del punto vendita gli stessi prodotti sono esposti e veicolati in modo differente, al fine di suggerire al fruitore una diversa percezione dell'esperienza di acquisto.

Il risultato è un layout in cui i diversi reparti sono distinti per colori, con il *grocery* che occupa le pareti perimetrali, mentre al centro sono collocati i freschi (macelleria, gastronomia, pescheria) in banchi assistiti, il cui assortimento pone anche l'accento sui piatti pronti e *take away*.

L'obiettivo è quello di ricreare l'atmosfera di mercati e concept internazionali, come Marqt di Amsterdam e la Cocina di San Francisco, orientati a operazioni di concentrazione di molteplici attività connesse al cibo in un unico spazio polifunzionale.

Dotati di doppio ingresso, gli spazi Fiorfood si dividono al loro interno in vari ambienti, tra cui il negozio con i banchi freschi e il settore grocery, un caffè, un bistrot o un ristorante con cucina a vista, un'enoteca, una libreria Coop, uno spazio eventi e un coworking.

Inoltre, l'invenduto è destinato a progetti di recupero delle eccedenze e, al fine di rendere l'atto di acquisto più trasparente, sono presenti nei negozi tablet interattivi e monitor che mostrino le "etichette aumentate" che forniscano tutte le informazioni su ingredienti, origini, qualità (concetto già visto in Expo al Supermercato del Futuro) (Bilancio di sostenibilità Coop: 2015).

I concept stores FiorFood prevedono una clientela di fruitori alto spendenti, attenti alla salute e al concetto di filiera sostenibile, disposti a comprare prodotti che internalizzino le esternalità negative di ambiente e lavoro e che ricercano esperienze di acquisto informato e trasparente.

Questi fruitori sono inoltre interessati ad acquistare e consumare cibo pronto, nelle brevi pause pranzo o nei pasti fuori casa (Ravazzoni *et al.* 2018).

Per questo si rivolgono a questi punti vendita, dove si può rivivere l'atmosfera simile a quella di un negozio tradizionale in cui il negoziante esperto rassicura il cliente sulla qualità del prodotto, in un ambiente familiare e accogliente.

Di conseguenza, gli operatori di FiorFood sono negozianti informati e preparati sui prodotti e inclini ad accogliere i valori della cooperativa: rispetto

per l'ambiente, per chi produce, per chi lavora e per i consumatori, prestando particolare attenzione alle produzioni d'eccellenza del territorio.

Ma il caso commerciale italiano più emblematico che cerca di coniugare una forma di distribuzione meno massiva con un'accurata selezione di prodotti qualitativamente certificati è rappresentato da Eataly Srl, l'impresa piemontese della famiglia Farinetti.

Il format dei punti vendita ricorda la struttura di un bazar, caratterizzati da una forte componente emozionale e di sensazioni, come immagini, profumi, rumori, sapori ed esperienze tattili (Pisasale 2015). Come per i concept stores di Coop, i negozi Eataly nascono come progetti di ristrutturazione architettonica di vuoti urbani, con l'ambizione di avere un impatto positivo sul tessuto urbano circostante.

Attraverso un oculato disegno dell'architettura interna e a un posizionamento strategico della merce, gli stores di Eataly si configurano come dei "negozi alimentari di vicinanza" in versione macro o come dei "supermarket in versione ridotta" con prodotti di provenienza italiana certificata e spesso biologica.

Gli elementi di somiglianza con il concetto di negozio alimentare di vicinanza sono riscontrabili nella netta separazione dei reparti di carne, pesce, panificazione, salumi e formaggi, ortaggi e nella possibilità di assaggiare i prodotti ai banchi del fresco, che non sono gestiti da commessi, ma da esperti di settore. Nei punti vendita Eataly, come nei negozi alimentari di vicinanza o nei supermercati, il posizionamento del prodotto costituisce un elemento di significativo impatto sulle vendite (Kotler 2013). Per questo motivo, gli stores Eataly sono caratterizzati da basse e piccole scaffalature, con limitate quantità di prodotto esposte; mobili disegnato ad hoc; pannelli e cartelli che spiegano le promozioni attive e segnalano prodotti premiati da certificazioni di qualità.

Come gli spazi polifunzionali FiorFood, l'offerta di Eataly si basa su una serie di diversificazioni di business 'in-store', tra cui la vendita di prodotti alimentari, servizi di ristorazione, didattica e organizzazione di eventi, degustazioni periodiche per invogliare il consumatore all'acquisto, cui si aggiungono servizi 'out-store', come l'apertura di punti vendita in luoghi non convenzionali (come in punti Autogrill lungo le autostrade).

Il principio fondativo dell'azienda ed elemento attrattivo per i fruitori è rappresentato dalla filosofia di Slow Food, movimento creato da Carlo Petrini, e dall'idea di applicarlo a una superficie di vendita di media grandezza, con

l'obiettivo di vendere alti cibi a prezzi sostenibili, "cibi buoni, puliti e giusti" (Petrini 2005).

Sebbene caratterizzato da un forte branding etico e da uno storytelling di successo, Eataly segue delle dinamiche di targeting del consumatore ben precise (Kotler 2013).

Eataly si rivolge ai fruitori che desiderano mangiare prodotti di qualità, sia in termini di *grocery* che di ristorazione; che mangiano prevalentemente cibi made in Italy e sono disposti a pagare un prezzo più alto per averne la sicurezza certificata e a chi è solito acquistare prodotti di nicchia.

Gli operatori di Eataly mirano a offrire alla propria clientela una selezione di alimenti di alta qualità che provengono da piccoli produttori, con forte storytelling, la cui selezione è avvenuta con il supporto di Slow Food durante gli anni antecedenti all'apertura del primo punto vendita.

Alla base dell'operato dell'azienda e del suo modello di business si trova il "Manifesto di Eataly" una serie di auto-comandamenti che sono alla base dei valori e della filosofia adottata dall'azienda.

Farinetti riassume in dieci punti la sua idea di business (Sartorio 2008): creare un luogo grande, aperto e informale a ridosso della città; vendere solo cibi e bevande di alta qualità; esporli in grandi quantità e descriverli accuratamente, in modo comprensibile; offrirli sia in vendita sia in ristorazione, in modo integrato; creare, integrandole all'offerta commerciale, aree didattiche di forte impatto, il cui scopo sia avvicinare la gente comune ai cibi di qualità; proporre prezzi di vendita e ristorazione sostenibili, attraverso il contenimento dei costi di filiera e dei margini, controbilanciati dalle forti quantità; utilizzare le regole democratiche della grande distribuzione (spazi, unica barriera di pagamento, prezzi convenienti), ma integrandole con l'alta specializzazione, con personale preparato, alta qualità, molta produzione interna e percezione di autorevolezza; convincere il maggior numero di piccoli e medi produttori a diventare produttori virtuosi attraverso un forte aumento di domanda di qualità che garantisca il mercato; offrire alla città attività di servizio pubblico.

Le esperienze commerciali descritte presentano aspetti comuni legati all'ambizione di creare spazi polifunzionali che offrano una serie di esperienze al fruitore di consumo alimentare e di intrattenimento; alla forte imprenditorialità declinata sulle preferenze del consumatore; fino all'ispirazione degli spazi interni ed esterni al modello di negozio alimentare, che continua a rappresentare nella concezione dei consumatori, una garanzia di qualità e affidabilità.

Le esperienze di FiorFood ed Eataly evidenziano la tendenza della grande distribuzione a fare propri i valori della vicinanza, della familiarità e dell'affidabilità, che il negoziante tradizionale tramanda di generazione in generazione.

## Bibliografia

- Barilla Center for Food and Nutrition (2018), *La dimensione culturale del cibo*, Rapporto Barilla 2018.
- Bauman Z. (2007), *Consumo dunque sono*, Torino, Feltrinelli.
- Bertazzoni C. (2017), *Gestire un negozio alimentare. Manuale con suggerimenti pratici*, Milano, Franco Angeli.
- Cavicchi A. (2008), "Qualità alimentare e percezione del consumatore", *Agriregionieuropa* 4(15), pp. 10-13.
- Ciccotti E. (1977), *Commercio e civiltà nel mondo antico*, Bologna, Forni.
- Ciconte F. e Liberti S. (2019), *Il grande carrello. Chi decide cosa mangiamo*, Bari, Laterza.
- Comune di Milano (2019), *I nuovi negozi di quartiere. Una ricerca sul commercio di prossimità a Milano*, Rapporto del Comune di Milano 2019.
- Diamond J. (1997), *Armi, acciaio e malattie*, Torino, Einaudi.
- Food Marketing Institute (2007), *Facts About Store Development Supermarket Facts* <https://www.fmi.org/our-research/supermarket-facts>
- ISTAT (2018), *Commercio al dettaglio. Rapporto ISTAT 2018*, Roma.
- ISTAT (2018), *Il futuro demografico del paese. Previsioni regionali della popolazione residente al 2065. Rapporto ISTAT 2018*, Roma.
- James S.C. (2005), *Fondamenti di teoria sociale*, Bologna, Il Mulino.
- Kotler P. e Armstrong G. (2013), *Principi di Marketing*, 15° ed. Milano, Pearson.
- Latouche G. (2011), *Come si esce dalla società dei consumi. Corsi e percorsi della decrescita*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Mayo J.M. (1993), *The American grocery store: the business evolution of an architectural space*, Westport CT Greenwood Publishing Group, Inc., pp 77-233.
- Ministero dello Sviluppo Economico (2016), *Rapporto sul sistema distributivo. Analisi strutturale del commercio italiano. Rapporto MISE*, 2016.
- Morello M. (2016), "L'organizzazione del lavoro nelle botteghe artigiane tra XIII e XV secolo. Il contratto di apprendistato", *Historia et ius*, 10 (9), pp. 1-32.
- Nielsen (2016), "What's in our food and on our minds?", *Rapporto Nielsen 2016*.

- Petrini C. (2005), *Buono, pulito e giusto. Principi di nuova gastronomia*, Torino, Einaudi.
- Pisasale L.S. (2015), *Il caso Eataly tra mercati e movimenti sociali*, Tesi di laurea magistrale, Università di Pisa.
- Puato A. (2018), “Supermercati, la Grande crisi”, *Corriere della Sera*, 21 marzo 2018.
- Ravazzoni R., Fulvio F., Pone R. (2018), “Il negozio alimentare”, *Rapporto Confcommercio 2018*, Roma, Le Bussole.
- Russo A. (2018), *Rapporto Coop 2018*, Roma.
- Salvi R. (2013), *Manuale di architettura d'interni. 5. Il negozio*, Milano, Franco Angeli.
- Sartorio A. (2008), *Il mercante di utopie. La storia di Oscar Farinetti, l'inventore di Eataly*, Milano, Sperling & Kupfer.
- Sganzzetta L. e Tricarico L. (2018), “Luoghi – spazi e strumenti per l'accesso al cibo”, in Dendena B. (a cura di), *Cibo di cittadinanza. Dalla Carta di Milano al cibo del futuro*, Milano, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, pp. 61-84.

<https://www.euromonitor.com/>.

[www.mise.gov.it](http://www.mise.gov.it).

<https://www.youtube.com/watch?v=tQMHV0rnl8o>.

<https://www.taccuinigastrosofici.it/ita/news/moderna/cibo-e-arte/La-Bottega.html>.



O

Osterie – LUCA BOTTINI







## Le osterie: luoghi di presidio dell'identità territoriale e di socializzazione

---

di Luca Bottini<sup>1</sup>

L'osteria, a dispetto dell'immaginario sovente negativo che si è creato attorno ad essa, rappresenta un luogo di profonda socialità e convivialità che si distingue in modo netto dalle altre forme di ristorazione. Rispetto ai tradizionali ristoranti, le osterie sono luoghi caratterizzati da un profondo radicamento con il territorio e da una orgogliosa volontà di offrirsi sul mercato in modo accessibile. Autenticità, convivialità, giovialità dei gestori, spesso conduttori famigliari, sono gli aspetti che caratterizzano le osterie, fattori sovente soggetti a tentativi di riproduzione e speculazione commerciale da parte del settore della ristorazione. Le osterie, tuttavia, si riconoscono per la forte componente di genuinità di cui è facile fare esperienza sedendosi ad un tavolo e interagendo con l'oste. Non solo luoghi di ristorazione a basso costo principalmente rivolti alle classi popolari, le osterie sono depositarie dell'identità locale delle città e dei paesi, un luogo in cui respirare l'autentico *genius loci*.

*The tavern ("osteria"), despite the common idea, represents a place of deep sociality and conviviality which stands aside from the classic restaurants. Unlike the traditional restaurants, taverns are places strongly rooted to their territories with a proud will to offer an accessible food experience. Authenticity and informality are the keys of the success of the taverns, very often exploited by food industry with the aim to reproduce the same atmosphere, but with commercial speculations goals. Taverns, though, are clearly recognizable due to their strong authenticity and their connection with the story of the territories, where a customer can taste the true local tradition and the genius loci.*

1 Luca Bottini ha ottenuto il dottorato di ricerca in studi urbani (URBEUR) presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca, dove è attualmente assegnista di ricerca e docente a contratto di sociologia del territorio. È stato visiting scholar presso la University of Victoria (Canada) dove ha lavorato nel «Environmental Psychology Lab» con il prof. Robert Gifford. Ha partecipato a corsi di perfezionamento presso la University of Essex (UK), l'Università di Trento e ha presentato le sue ricerche presso conferenze in Europa e Stati Uniti. Il suo ambito di ricerca è lo studio della relazione tra ambiente urbano e comportamento sociale, con particolare riferimento alla qualità della vita e al benessere soggettivo nei quartieri, alla mobilità dolce in contesti urbani e all'identità locale, utilizzando un approccio interdisciplinare tra sociologia urbana e psicologia ambientale.

## 1. Cenni storici

Il termine «osteria» (in latino medievale *hostaria*) è strettamente legato al termine «oste» (dal latino *hōspes –pītis*, «ospite») e descrive un luogo deputato alla ristorazione e al pernottamento, di carattere modesto e popolare (Treccani 2019). I romani definivano questo genere di struttura, insieme ristorativa e ricettiva, *locanda*, ossia un luogo «da affittare», edifici normalmente presenti lungo gli assi viari quali strutture di ricovero per i viaggiatori. La letteratura latina offre qualche interessante riferimento rispetto al fenomeno delle locande: i poeti Marziale e Giovenale (I-II sec. d.C.) alludono in alcuni loro componimenti poetici a questi luoghi descrivendo come fossero frequentati da ogni categoria di persone e di come fossero caratterizzati da un clima goliardico spesso molto eccessivo (Marziale, *Epigrammi*, VI, 94). Il termine «osteria» va consolidandosi durante il Medioevo, quando la connotazione di questo luogo era chiaramente quella di fungere da riferimento ricettivo per coloro che, in viaggio, avrebbero avuto bisogno di un luogo temporaneo dove riposare. La connotazione ricettiva e ristorativa delle osterie si mantiene nel corso del tempo e molti sono i documenti letterari ed artistici che ci restituiscono l'immagine di un luogo che mantiene quello spirito originario già tramandato dalla cultura romana: genuinità, goliardia, ospitalità e tradizione locale. Un altro termine utilizzato nel latino medievale per descrivere tali luoghi era quello di *taberna*, da cui l'evoluzione linguistica in «taverna», «tavernaccia» o «tavernetta» (Treccani 2019). La *taberna* medievale altro non era che una modalità alternativa di chiamare la *hostaria*, fermo restando che secondo la cultura del tempo si trattava di un luogo di ristorazione particolarmente infimo e frequentato da persone poco raccomandabili. La letteratura del tempo ci restituisce alcune sollecitazioni interessanti sulla funzione sociale che possedeva in quel tempo, pensiamo ad esempio al poeta Cecco Angiolieri (1260-1313) quando nel sonetto «Tre cose solamente m'ènno in grado» richiama la taverna tra gli aspetti fondamentali della sua esistenza:

«Tre cose solamente m'ènno in grado,  
le quali posso non ben ben fornire,  
cioè la donna, la taverna e 'l dado:  
queste mi fanno 'l cuor lieto sentire»  
(*Sonetti*, 84, 1-4)

Un altro interessante riferimento letterario medievale è la raccolta di brani del *Codex Latinus Monacensis*, rinominato *Carmina Burana* nel 1847, in occasione della prima pubblicazione, si tratta di un insieme di componimenti poetici composti tra il XI e XII secolo organizzati in cinque sezioni i cui contenuti spaziano da tematiche di carattere allegorico fino a quelle di tipo morale e goliardico. È proprio nei poemi goliardici (la sezione *Carmina Lusorum et Potatorum*) che ritroviamo il *carmen* 196 *In taberna quando sumus*, il celebre componimento che intende elogiare la vita spensierata delle osterie. Il musicista Carl Orff musicò nel 1937 alcuni testi dei *Carmina Burana* realizzando la prima interpretazione musicale dell'opera letteraria medievale con l'intento di immergere l'ascoltatore nelle atmosfere simboliche e goliardiche tipiche della cultura medievale. Più oltre, Geoffrey Chaucer (1343-1400), poeta inglese, scrisse *The Canterbury Tales* («I racconti di Canterbury») una raccolta di racconti in prosa che narra di trenta pellegrini cui viene richiesto da un oste di una taverna londinese di raccontare storie legate al loro percorso di pellegrinaggio verso Canterbury e lungo la via del ritorno. L'ambiente della taverna fa da sfondo a racconti di vita quotidiana vissuti dai pellegrini in viaggio coprendo svariati aspetti di vita, amore cortese, tradimenti, cavalieri, mercanti e molti altri elementi tipici della vita medievale.

Nel corso del Medioevo le città comunali europee si dotarono di un *corpus* legislativo destinato a regolamentare molti aspetti della vita pubblica e privata dei cittadini, il *liber statutorum* (lo statuto cittadino). Questi documenti, ampiamente diffusi a partire dal XIII secolo, contenevano norme che giungevano a regolare gli aspetti più specifici della vita quotidiana e della gestione del centro urbano, tra cui le taverne. In questo senso, gli statuti medievali fungono da fonti per comprendere in quale modo le società del tempo si ponevano rispetto a questi luoghi di aggregazione e ricreazione sociale stabilendone la collocazione dei locali nella città e altri aspetti di carattere gestionale. Lo Statuto di Bologna del 1288, ad esempio, presenta molteplici rubriche specificamente dedicate al suo interno: «Sul divieto di tenere una taverna dalla chiesa di san Silvestro in su fino al Maccagnano» (Libro Terzo LXIX), «Sui tavernieri o sui venditori di vino che hanno insegne e sugli imbonitori senza licenza del podestà, contro la norma di questo Statuto» (Libro Decimo LVI), «Sulla vendita di vino nelle taverne» (Libro XII, XVII). (Dondarini 2009). Gli statuti comunali medievali sono una fonte decisamente interessante per comprendere più a fondo l'identità delle taverne e delle osterie, ottenendo alcuni elementi descrittivi

utili per comprendere come dovevano presentarsi tali luoghi, i principali utilizzatori e le attività prevalenti che avvenivano in essi.

Le testimonianze artistiche e letterarie sul tema delle osterie continuano attraverso tutte le epoche; in ambito letterario si pensi al *Don Chisciotte* di Miguel Cervantes (1547-1616), dove il protagonista si fa armare cavaliere dall'oste (I, 3). Oppure, in ambito artistico, si pensi alle opere di Pieter Bruegel il Vecchio (1525 circa-1569), molte delle quali ritraggono scene di vita all'interno di taverne, come ad esempio *Il Banchetto nuziale* (1568), dove molti individui sono intenti a festeggiare in modo vivace un'unione matrimoniale; il dipinto documenta anche l'accompagnamento musicale del momento di vita, evidenziando ancora una volta quanto le osterie fossero luogo di convivialità e spensieratezza. La storia delle arti figurative e la letteratura tra Seicento e Ottocento è costantemente attraversata da incursioni nel mondo delle osterie, mostrando come si trattasse di un luogo simbolico per la classe popolare e sfondo obbligato per la vita quotidiana di questa parte di popolazione. Nella letteratura ottocentesca italiana ritroviamo nei *Promessi Sposi* molti passaggi delle vicende di Renzo Tramaglino svolgersi all'interno di osterie (capp. XIV e XV); ancora, in epoche più recenti, Italo Calvino, ne *I sentieri dei nidi di ragno*, racconta le vicende di un bambino che cercava di integrarsi nella società adulta frequentando le osterie.

I riferimenti potrebbero proseguire lungamente, ma ciò che è rilevante notare è come la tipologia delle osterie sia stato un fenomeno che ha attraversato fin dalle origini in modo trasversale tutti i paesi europei. A titolo di esempio, nei paesi anglosassoni, in particolare in Irlanda ed Inghilterra, assolvevano a questa funzione le *public houses* (poi abbreviate in «pub»), esercizi pubblici destinati al ritrovo di persone che vivono il vicinato, oppure individui che non conoscendosi possono interagire grazie al contesto di prossimità sociale favorito da questi luoghi. Se la storia delle osterie in Italia ci ha consegnato il concetto di un luogo prevalentemente destinato al consumo di cibo, all'incontro e all'ospitalità, nel caso dei paesi anglosassoni le *public houses* possedevano una finalità spiccatamente pubblica di luogo di ritrovo e di consumo di bevande alcoliche, in particolare birra prodotta localmente. Nonostante questa differenza nella tipologia di consumi svolti, osterie e pub condividevano la stessa funzione e le stesse finalità sociali. Oggi anche in un pub inglese è ovviamente possibile consumare cibi sebbene non sempre strettamente appartenenti alla cultura culinaria locale.

In ambito italiano, le osterie hanno attraversato la storia mantenendo sostanzialmente intatta la propria funzione sociale almeno fino agli anni Sessanta del XX secolo. Una particolarità tutta italiana è poi l'ulteriore diversificazione della dicitura delle osterie in *trattorie* e in *trani*. Nel primo caso, la dicitura deriva da «trattore», ossia l'oste, colui che prepara il cibo (lat. *tractare*, preparare), mentre nel secondo caso ci si riferisce al «vino di Trani» di origine pugliese, da un lato perché si trattava di osterie prevalentemente dedicate alla mescolta di vino e, secondariamente, per via della provenienza geografica del personale legata all'area pugliese. Fino al Secondo Dopoguerra, le osterie continuavano ad essere una forma di ristorazione popolare, luoghi dove l'identità locale prendeva forma attraverso il cibo tradizionale. A questo proposito, la città di Milano possiede una grande tradizione in quanto ad osterie, trattorie e trani, come vedremo più oltre.

La transizione da un paradigma economico manifatturiero ad uno basato sul terziario, iniziato a partire dalla seconda metà del XX secolo, segnò la nascita della moderna società dei consumi e della conoscenza. Questo mutamento socio-economico portò ad un cambiamento radicale negli stili di vita nella popolazione italiana: esplose l'industria del tempo libero e del turismo, e la maggiore capacità di spesa in questi nuovi consumi spinse gli italiani a spendere maggiormente per servizi di ristorazione e ricettività di vario tipo. Fu così che il concetto di osteria iniziò ad essere utilizzato anche a scopi commerciali, non solo per descrivere antichi luoghi di ristorazione già attivi da tempo, ma anche per evocare atmosfere nostalgiche appartenute ad un passato ormai lontano allo scopo di attrarre la clientela in cerca di nuove esperienze. Oggi questo processo si può dire concluso e nel paniere di offerta di ristorazione a disposizione dei consumatori notiamo sempre più osterie e trattorie che hanno perso le caratteristiche storiche in favore di esercizi che, pur mantenendo la stessa dicitura, offrono un livello qualitativo superiore rispetto al passato. La dimensione estetica del luogo, l'arredamento, la tipologia di menù e altri elementi che caratterizzavano l'idea di osteria per come si era naturalmente evoluta, sono oggi l'unico elemento che distingue questi luoghi da un ristorante comune. Naturalmente, questo fenomeno si presenta in modo differente a seconda dell'area territoriale di riferimento; i centri urbani sono la tipologia territoriale in cui questo fenomeno si è presentato in maniera più marcata, al contempo, però, troviamo vere e proprie forme di resistenza in cui i gestori delle osterie cercano in tutti i modi di mantenere lo spirito naturale di questa antica forma

di ristorazione, offrendo cibo a prezzi popolari, questo nonostante un contesto economico e fiscale molto spesso sfavorevole.

## 2. Le caratteristiche architettoniche

La configurazione spaziale di un'osteria ricalca la semplicità tipica di questi luoghi. Le locande romane, e successivamente quelle medievali, avevano una funzione estremamente pratica di supporto alle persone in viaggio e di passaggio in una città o in un borgo. Per questo motivo dobbiamo immaginare degli spazi molto semplici: un'unica stanza come refettorio, uno spazio adibito alla preparazione del cibo e dei locali, eventualmente al piano superiore, dedicati al pernottamento.

Come si è fatto cenno in precedenza, le fonti letterarie, ma soprattutto quelle iconografiche, possono giungere in soccorso per fornire un'idea di come dovessero apparire questi luoghi; abbiamo accennato ai dipinti di Pieter Bruegel il Vecchio come interessanti fonti in tal senso.

Dobbiamo anche supporre che mentre le osterie poste lungo gli assi viari romani o medievali dovessero avere più un carattere funzionale e di servizio ai pellegrini e ai viandanti, nelle versioni urbane le locande possedevano la funzione più consona alla propria natura di luogo ad elevata socialità.

La soluzione ad unica stanza utilizzata come sede per il consumo dei pasti favorì quell'elemento, tipico delle osterie, di sollecitare l'interazione fra sconosciuti e di condivisione del tempo e delle storie. Questa peculiarità architettonica contribuì a consolidare tale tipologia di luogo nel corso dei secoli, consentendo di associare all'idea di osteria quell'atmosfera di socialità distesa e lontana dal trambusto quotidiano che fin dall'epoca romana le caratterizzava. Nonostante nel tempo le osterie abbiano perso quasi del tutto la funzione di ospitalità, mantenendo unicamente quella legata alla ristorazione informale e tradizionale del luogo, esse non hanno mutato le antiche finalità e lo stile stesso di questi luoghi non è effettivamente venuto meno. A testimoniarcelo vi è il fatto che si tratti di luoghi ancora oggi molto attivi nella ristorazione e fortemente distinti dal circuito della ristorazione comune o di alto livello. È cosa piuttosto usuale ritrovare, in ambito italiano, delle osterie fondate anche molto tempo addietro, ancora operative e arredate secondo il gusto e le suppellettili originali. Non si tratta di orpelli irrilevanti, poiché essi contribuiscono

a costituire l'identità e l'autenticità stessa dell'esercizio, di fatto conservando e tramandando nel tempo l'antica atmosfera del luogo. Non solo, dunque, un edificio destinato ad offrire una forma di ristorazione popolare a buon mercato, ma un vero e proprio presidio dell'identità territoriale di una città o di un borgo dove i consumatori possono entrare a contatto diretto con la storia attraverso il cibo e la socialità.

### 3. Funzioni sociali e utilizzo contemporaneo

Si è visto come la finalità originale delle osterie fosse prevalentemente quella di fungere da luogo di ristoro e ospitalità per viandanti e pellegrini. Parallelamente, però, l'informalità alla base di questi luoghi ha da subito attratto la gente comune in cerca di svago. Come testimonia la letteratura latina e poi quella medievale, le osterie diventavano una zona franca della società, un luogo in cui essere completamente liberi, spesso senza freni inibitori. Per le ragioni indicate poco sopra, l'osteria consolida nel corso del tempo una funzione molto simile a quella di presidio territoriale, un luogo dove respirare il *genius loci* più intimo di un territorio attraverso simboli, oggetti, musiche e cibo. Le osterie erano, e ancora oggi lo sono, luoghi frequentati da persone comuni, non solo da persone che vivevano ai margini della società, questo per via della facilità con cui è possibile trovare un clima gioviale e un'opportunità di incontro per amici o nuove conoscenze.

L'avvento della modernità e l'esplosione dei diversi settori manifatturieri in Europa hanno ulteriormente rafforzato la funzione sociale delle osterie, in particolare per la classe operaia. In Italia, il sorgere di grandi insediamenti industriali nei vari centri urbani del Paese ha sollecitato l'apertura di servizi associati alle grandi masse di operai che quotidianamente invadevano i grossi stabilimenti. Le osterie, in questi contesti, diventavano luoghi di ritrovo nelle pause di lavoro, oppure in serata, per trascorrere ore di libertà e distensione dopo la fatica del lavoro. Le osterie adattarono i propri spazi dotandosi di grandi stanze per accogliere tutta la clientela; durante la sera, cantautori locali o musicisti intrattenevano, come d'antichissima tradizione, i commensali creando un'atmosfera unica. Il modello delle trattorie ha poi valicato i confini del XX secolo, inoltrandosi nel nuovo Millennio, e adattandosi al cambiamento degli stili di vita e dei consumi delle popolazioni moderne. Se da un lato si



riscontrano nei contesti urbani una discreta presenza di osterie mantenute nel loro stile originario (arredamento, menù e prezzi alla clientela), una buona parte di essa è frutto di aperture avvenute in epoche relativamente recenti. In questo caso, tali esercizi intendono offrire ai consumatori una occasione molto spesso simile alle trattorie autenticamente tali, ma con una qualità di servizi decisamente superiore a scapito della clientela tradizionale e più orientata verso consumatori con una maggiore capacità di spesa e standard qualitativi. L'utilizzo della dicitura «osteria» o «trattoria» avviene infatti con relativa disinvoltura nel mercato della ristorazione italiana con l'obiettivo di veicolare verso il cliente l'idea di un luogo di ristorazione nostalgico e legato al territorio, ma non sempre questo corrisponde al vero. Ci troviamo di fronte, piuttosto, a ristoranti veri e propri che poco hanno da condividere con le osterie tradizionali. Quindi, attualmente, possiamo distinguere le osterie pienamente inserite nel circuito commerciale della ristorazione di medio-alto livello, orientate prevalentemente ad una domanda turistica, dalle osterie più legate ad un'impostazione gestionale tradizionale, quali luogo di ristorazione a costi popolari in un ambiente gioviale e fortemente legato al territorio, orientate al pubblico locale o a coloro in cerca di specifiche atmosfere.

#### **4. Tipologie di fruitori**

I grandi mutamenti socio-economici occorsi a partire dalla seconda metà del Novecento cambiarono completamente il sistema di valori degli individui, introducendo nel corso dei decenni nuovi fenomeni quali l'economia del tempo libero, il turismo, la ricerca di esperienze, di una migliore qualità della vita, ecc. In questo senso, dunque, il pubblico è andato diversificandosi, ampliando notevolmente lo spettro di possibili avventori di questi antichi luoghi di ristorazione ed incontro. Le trattorie, oggi, sono luoghi frequentati da un pubblico molto più eterogeneo rispetto al passato. Il consumatore contemporaneo ricerca qualità ed esperienza, ovvero un insieme di fattori immateriali. Il sistema valoriale post-materialista, caratterizzato dalla ricerca della propria realizzazione individuale (Inglehart 1983) si riverbera nella molteplicità degli aspetti di vita quotidiana delle persone, ivi comprese le scelte nei consumi fuori casa. La ricerca di luoghi più accoglienti per trascorrere il tempo libero, un certo gusto per atmosfere nostalgiche ed un tempo passato ormai perduto guida una

parte di consumatori, anche giovani, a frequentare le osterie. In questi luoghi il tempo sembra infatti essersi fermato, proprio per quell'idea già citata in precedenza per cui le osterie appaiono come veri e propri presidi territoriali, dove le tradizioni più autentiche, di cibo, musica e aneddotica, sono trasmesse agli avventori.

Questi luoghi, dunque, non sono solamente appannaggio di una popolazione anziana, nostalgica della propria giovinezza trascorsa presso le osterie, quali luoghi rituali di iniziazione al mondo adulto, ma anche di popolazioni giovani e straniere in cerca di atmosfere autentiche e fortemente legate al territorio. I fruitori delle osterie si sono quindi fortemente diversificati nel tempo; anche il bilancio di genere tra i fruitori si è infatti normalizzato tra avventori maschili e femminili. È infatti il caso di ricordare che i principali frequentatori delle osterie, almeno fino alla prima metà del Novecento (e nell'immediato dopoguerra) erano prevalentemente uomini. Le trattorie, del resto, mantenevano quell'idea di luoghi dedicati a specifiche classi sociali, quali operai nell'industria pesante, un lavoro tipicamente condotto da uomini, per cui risultava molto raro imbattersi in un pubblico di avventori di genere femminile.

## 5. Un caso di studio: la tradizione milanese

Le osterie, come si è visto, affondano le proprie origini almeno a partire dall'età romana, ci riferiamo dunque ad un luogo antichissimo che ha visto uno sviluppo diffuso su tutto il territorio europeo con differenti declinazioni estetiche e funzionali. Diviene dunque impossibile fornire uno spaccato specifico per ogni contesto; pertanto, si ritiene utile ai fini di questa Enciclopedia fare qualche cenno al caso italiano, in particolare milanese poiché ancora oggi si conservano luoghi di ristorazione che si configurano in questa tipologia, contesti in grado di evocare l'antica atmosfera tipica dell'osteria. È del tutto evidente che ogni regione e città d'Italia posseda una sua propria storia in merito da raccontare ed una specificità diversificata che meriterebbe una trattazione a sé, impossibile da eseguire in questa sede.

Milano vanta una tradizione antichissima riguardo alla presenza di osterie in città. Una fonte assai rilevante in questo senso è rappresentata da Bonvesin da la Riva (1250-1315), autore del famoso *De Magnalibus Mediolani* («Sulle

meraviglie di Milano»). Si tratta di un documento medievale redatto nel 1288, scritto in forma di cronaca, allo scopo di celebrare la grandezza e le bellezze di Milano e dintorni. Il testo trasuda di toni eccessivamente celebrativi ed in questo senso è utile effettuare la lettura dei contenuti riportati con la dovuta cautela. Bonvesin tratta ogni aspetto della città, dalla descrizione dei suoi monumenti alla numerosità degli edifici sacri, dal numero di fornai fino a quello degli artigiani; viene dunque proposto un grande elenco delle principali risorse sociali, culturali ed economiche della città di Milano per elevarla a luogo di vita ideale. All'interno di questo lungo elenco sono citati anche i locandieri e i tavernieri, ossia i gestori delle strutture di nostro interesse. Bonvesin le cita nel capitolo III, ai numeri XXVIII e XXXI:

«XXVIII. I tavernieri che vendono al minuto ottimo vino di ogni qualità sono senz'altro più di mille»

«XXXI. I locandieri che danno alloggio per denaro ai forestieri sono circa centocinquanta»

*Bonvesin da la Riva, III, p. 93*

Sul finire del Duecento, dunque, vengono documentate a Milano un grande numero di locande e taverne, mostrando come su una popolazione di circa 150.000 abitanti (Malanima 1998) vi fosse un'elevata offerta di esercizi pubblici, circa 7,6 ogni 1.000 abitanti. La Milano medievale, così come già fu quella romana, era una città particolarmente vivace dal punto di vista economico-commerciale. L'efficiente sistema dei Navigli, che a partire dal XII secolo cingeva la città a scopo difensivo, divenne cruciale per lo sviluppo della città, dal Medioevo fino agli anni Settanta del XX secolo, quando il porto della Darsena dismise le proprie attività commerciali. L'antica tradizione di osterie e trattorie a Milano è rimasta inalterata nel corso dei secoli, fino ad integrarsi perfettamente nella variegata offerta di esercizi pubblici della città e costituendone un esercizio pubblico caratteristico del capoluogo lombardo.

Si è visto come le grandi trasformazioni industriali che hanno investito le città occidentali a più riprese, sul finire del XIX secolo e nella seconda metà del XX secolo, non abbiano risparmiato, ma abbiano anzi influenzato in maniera significativa la diffusione degli esercizi pubblici nelle grandi città sulla spinta dei grandi flussi di operai quotidiani. Nel caso milanese, si pensi alle grandi aree periferiche della città, come il quartiere Bicocca (a nord del centro storico) tradizionalmente legato al quartier generale di Pirelli, o a Bovisa, quar-

tiere a nord-ovest della città, luogo di innumerevoli insediamenti industriali. Attorno a questi centri di produzione sorgevano tutta una serie di servizi legati ai lavoratori: osterie, case popolari, luoghi di ricreazione, sedi sindacali, ecc. L'industria manifatturiera ha certamente contribuito a diffondere la cultura delle osterie a Milano, stante la cospicua parte della popolazione afferente alla classe operaia, principali fruitori di questi luoghi almeno fino all'immediato Secondo Dopoguerra. Se le osterie che sorgevano in prossimità dei grandi centri industriali o nei quartieri popolari della città fungevano da importanti luoghi di aggregazione per le fasce di popolazione, prevalentemente maschili, e una delle poche occasioni di socialità, le trattorie che si distribuivano nei quartieri più centrali della città attiravano a sé consumatori più variegati, come artisti e cantastorie.

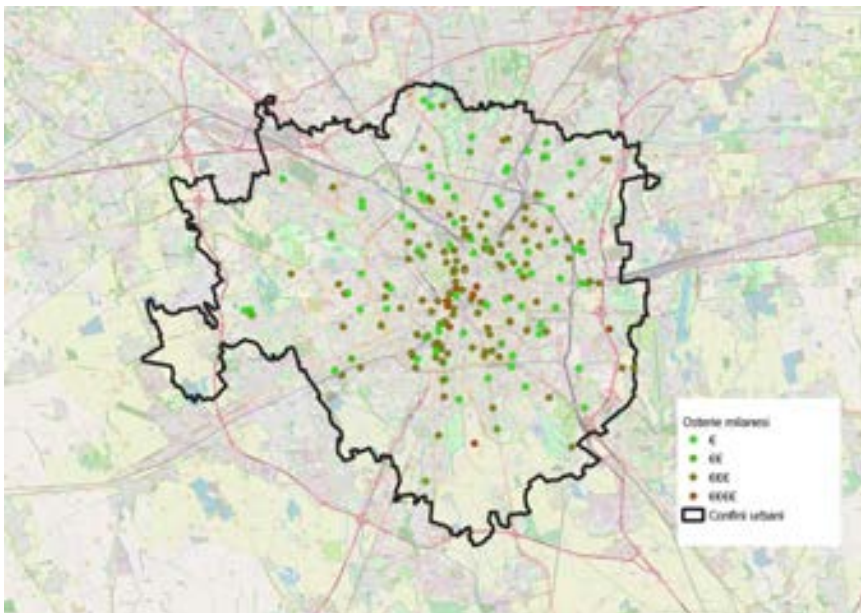
Anche in questo caso, alcune fonti possono essere molto utili nel nostro percorso di comprensione del fenomeno delle osterie, poiché hanno cercato di raccogliere l'atmosfera che si respirava, prima dell'avvento della società dei consumi. Il volume *Cucina e osterie della vecchia Milano* di Tullio Barbato e Giordano Pitt, pubblicato nel 1978, compie una rassegna delle trattorie più antiche allora attive in città, consentendoci di ottenere una fotografia assai interessante. Gli autori contano almeno trentacinque antiche osterie, costruite in un periodo storico compreso tra la fine del XVII secolo e gli anni Settanta del XX secolo. Ciascuna di esse copre varie zone di Milano e gran parte di esse sorge in contesti architettonici antichi della città. Dalla narrazione offerta, emergono gli aspetti tipici di questi ambienti così come li abbiamo individuati fin dalle origini del fenomeno: giovialità, semplicità, cucina locale e alto livello di socializzazione. Gli orari tipici sono le 12.00 per il pranzo e le 19.00 per la cena; all'interno, gli avventori consumano i pasti della cucina milanese, giocano a carte, chiacchierano e cantano le canzoni della tradizione meneghina. In prossimità del Naviglio Grande e del Naviglio Pavese vengono citate diverse antiche osterie un tempo sorte come punto di ristoro per i conduttori dei barconi e per servire i grandi flussi di persone che convergevano alla Darsena, snodo nevralgico del commercio milanese. Alcune osterie, poi, assumevano una posizione strategica nel quartiere, poiché alcune di esse erano legate ad una parte specifica del quartiere Navigli, il cosiddetto «borgh di formaggiatt» («il borgo dei formaggiati»), ossia il complesso di case a ringhiera compreso tra l'Alzaia Naviglio Pavese e parte di Corso San Gottardo, dal lato opposto. In quest'area erano sorti dei piccoli produttori di formaggio che si rifornivano

del latte necessario direttamente dai barconi che dalla lomellina giungevano a Milano, attraccando lungo l'Alzaia del Naviglio Pavese e rilasciando il proprio carico nei piccoli caseifici e nelle osterie (Barbato e Pitt 1978).

Oltre alle consuete osterie e trattorie, esistevano a Milano i cosiddetti «trani», luoghi di mescita di vino che rievocava l'omonimo vino pugliese. Il concetto di trani permea la cultura milanese, almeno fino agli anni Sessanta, periodo dopo il quale iniziarono a cadere in disuso. La funzione di questi luoghi è sovrapponibile a quella delle trattorie, contesti dove era possibile consumare vini e cibi socializzando, cantando e trascorrendo momenti di allegria con gli altri avventori. La grande tradizione cantautorale milanese degli anni Sessanta e Settanta del Novecento si ispirava fortemente alla cultura popolare diffusa in città; osterie, trani e situazioni di vita comune componevano molto spesso lo scenario dei testi musicali. Citando solo un autore, si pensi alla produzione del primo Giorgio Gaber con «Trani a gò gò» e «La ballata del Cerutti», due brani del 1962 che descrivono in modo ironico ed estremamente esaustivo quel mondo quasi invisibile fatto di individui appartenenti alle classi popolari che si nascondevano nelle osterie per sfuggire al rampante sviluppo economico ed urbanistico che stava cambiando per sempre la città; i fruitori delle osterie descritti da Gaber sono intenti in svariate attività, chi beve Barbera, chi beve un caffè, chi gioca a biliardo o chi accenna ad un passo di danza. Proprio a partire dal mutamento colto perfettamente dalla cultura musicale di allora, Milano entrò in un flusso inarrestabile di trasformazioni urbane, cambiamenti negli stili di vita; erano gli anni del *boom* economico e della transizione da un'economia basata sull'industria del manifatturiero ad una fondata sul terziario e successivamente sulla conoscenza. Il reddito delle famiglie aumentava, la capacità di spesa ed il tempo libero spinsero verso una nuova domanda fatta di nuove forme di consumo, sempre più simbolico-esperienziali.

Oggi l'offerta di esercizi pubblici, e più in generale di ristorazione, è assai ampia e diversificata. All'interno di questo grande comparto rientrano ancora oggi le osterie come una forma di ristorazione assai apprezzata in città. All'interno del grande numero di locali attivi, ne ritroviamo ancora qualcuno la cui fondazione risale, spesso, ad oltre un secolo fa. È bene precisare che nella dicitura «osteria» o «trattoria» rientrano anche ristoranti tradizionali non necessariamente legati alla cultura culinaria milanese o lombarda; l'offerta si è ampiamente estesa nel tempo vedendo la diffusione di trattorie toscane, pugliesi, siciliane, ecc.

Abbiamo esplorato il numero di trattorie attualmente attive nella città di Milano, considerando solo quelle strutture che potessero rientrare nella tipologia di luogo così come l'abbiamo descritto sinora. Questo fattore risulta essere l'unico discrimine utilizzato per rimuovere dal conteggio gli esercizi che pur essendo categorizzati come «osteria» o «trattoria» sono in realtà dei ristoranti di recente apertura e non corrispondenti alla tipologia caratteristica ricercata. Per effettuare questa analisi esplorativa si è deciso di analizzare l'elenco, disponibile al mese di giugno 2019, di trattorie ed osterie attive nella città di Milano, elencate e recensite sulla pagina di Tripadvisor, la piattaforma dedicata a recensioni di hotel e ristoranti. La nostra ricerca ha prodotto circa 1.060 risultati, dei quali sono state identificate circa 215 esercizi di osterie e trattorie che presentavano le caratteristiche richieste. Per ciascun caso è stato estrapolato l'indirizzo e la fascia di prezzo così come recensito dai visitatori. La fascia di prezzo è stata elaborata su una scala compresa da 1 a 4 con la seguente graduazione: 1=€, 2=€, 3=€, 4=€. I casi sono stati georeferenziati su una mappa della città di Milano, il colore dei punti rappresenta il livello da 1 (verde chiaro) sino a 4 (rosso) corrispondente alla relativa fascia di prezzo dell'osteria:



*Figura 1. Mappa delle osterie e trattorie presso la città di Milano  
(fonte: elaborazione dell'autore su dati Tripadvisor consultati nel mese di giugno 2019)*

Come si evince dalla figura 1, la collocazione spaziale dell'offerta copre tutta la superficie urbana in modo omogeneo, con alcune aree particolarmente concentrate quali il centro storico, dove ritroviamo prevalentemente esercizi appartenenti a fasce di prezzo medio-alte, ed i quartieri all'esterno della seconda cerchia delle circonvallazioni, dove si collocano locali dalle fasce di prezzo medio-basse. Come si è detto, la presenza di trattorie a prezzi accessibili collocate all'esterno dei sistemi di circonvallazione meneghini è anche figlia dello sviluppo industriale delle due grandi aree periferiche poste a nord e a nord-ovest della città.

Il dato certamente interessante è il permanere, in una città dalla elevata numerosità di pubblici esercizi a prezzi medio-alti, di un segmento di offerta ancora molto accessibile, secondo la tradizione tipica di questa antica forma di ristorazione. La dinamica centro-periferia appare evidente, sebbene non manchino anche all'interno del centro storico alcune attività a prezzi più accessibili rispetto alla media. Questa rappresentazione spaziale di natura esplorativa, e come tale chiediamo al lettore di interpretarla, si basa su dati forniti dalla partecipazione spontanea dei visitatori della piattaforma Tripadvisor. Se da un lato questo dato restituisce una voce di prima mano che proviene direttamente dai consumatori, di converso è importante prendere tali dati con cautela per via dell'inevitabile disturbo di fondo che li accompagna, non trattandosi di una rilevazione controllata e intrapresa secondo una metodologia rigorosa. Ciononostante ci sembra utile, vista anche la cospicua numerosità dei casi, per ottenere una fotografia dell'esistente e almeno visualizzare quale sia la distribuzione spaziale delle trattorie e la loro concentrazione sulla base del prezzo medio praticato sul territorio urbano.

In conclusione, il percorso che abbiamo condotto ci ha permesso di individuare nelle osterie una tipologia di luogo votata alla condivisione e alla socializzazione informale tra gli individui; una sorta di zona franca, resistente alle vicissitudini temporali, che si pone in netta contrapposizione ai ritmi urbani contemporanei. L'osteria, fin dai tempi della civiltà romana, è un luogo che suscita l'aggregazione di persone alla ricerca di genuinità e libertà, un contesto dove tornare a riscoprire la propria identità ed il legame con le peculiarità del territorio di riferimento, attraverso il consumo di cibo e le interazioni umane.

## Bibliografia

- Barbato T. e Pitt G. (1978), *Cucina e osterie della vecchia Milano*, Milano, Ed. Virgilio.
- Bonvesin de la Riva, (1997), *De Magnalibus Mediolani*, Ed. italiana a cura di Paolo Chiesa, Milano, Libri Scheiwiller.
- Dondarini R. (2009), *Gli Statuti di Bologna del 1288. Una ricerca storica in chiave attuale*, Bologna, Documenti Istituto De Gasperi, Bologna.
- Inglehart R. (1983), *La rivoluzione silenziosa*, Milano, Rizzoli.
- Malanima P. (1998), "Italian Cities 1300-1800. A quantitative Approach", *Rivista di Storia Economica*, XIV (2), pp. 91-126.
- Treccani (2019), *Vocabolario online*.





# P

**Palestre – MARIA LUISA FAGIANI**

**Parchi urbani – ALFREDO MELA**

**Ponti– GILDA CATALANO**

**Portinerie di quartiere – MONICA BERNARDI**



# P **Palestre: tradizione, maschilità e riappropriazione spaziale**

---

*di Maria Luisa Fagiani<sup>1</sup>*

Le origini della palestra risalgono a un'epoca pre-classica, ma è nella Grecia antica che l'attività fisica e i luoghi ad essa correlati svolgeranno un ruolo centrale nella vita, nella cultura e nell'ideologia della "polis". Dopo l'apogeo dell'età classica, la cura atletica del corpo vivrà un lungo iato sino al XIX secolo, epoca in cui si diffonderà la figura dell'uomo "forzuto" nei circhi del tempo e verranno aperte le prime palestre "moderne" in città e nelle scuole, a seguito di un articolato dibattito filosofico e politico sui benefici dell'esercizio fisico e dell'allenamento ginnico nella formazione dei giovani uomini. All'indomani della seconda guerra mondiale la cura del corpo assumerà un'importanza crescente, con la diffusione del "bodybuilding", disciplina "muscolare" alla quale inizieranno a dedicarsi anche le donne, una volta entrate nel mondo delle palestre grazie al viatico della ginnastica aerobica. Oggi, le palestre hanno ampliato il loro raggio d'azione, trasformandosi da spazi strettamente "tecnici" in *health clubs*, centri attrezzati che coniugano la palestra con altre *facilities*: bar, saune, baby parking e così via. Fra le contemporanee declinazioni dell'attività fisica, di particolare interesse appare il filone del "parkour", sorta di "allenamento in strada", spesso urbano, che trasforma la città stessa in una palestra a cielo aperto.

*Gyms have pre-classical origins, nonetheless it's in the ancient Greece that they fully developed as central features of the life of the "polis". After the climax of ancient Greece, gyms were neglected for a long time due mainly to Christian prejudices about the centrality of the body and a generic condemnation of "vanity". In the industrial city a new debate was born about the importance of health to be obtained through muscular exercise and the "commercial" gym established itself as a rising feature of the new city. After WWII new lifestyles spread across Europe and, especially, the United States where new forms of "consumerism" gave way, amongst all, to new form of gyms and exercising: bodybuilding became an important trend in the American sportscape. The new millennium brings along further developments: health clubs and technology seem to be the two keywords shaping the contemporary gymscape.*

1 Maria Luisa Fagiani è ricercatrice confermata nel settore scientifico-disciplinare SPS/10 presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università della Calabria.

## 1. Cronologia critica

La storia della palestra può essere suddivisa in quattro fasi:

- la sua “creazione” nell’antichità,
- una lunga interruzione fino al XVI secolo, quando essa fu “recuperata” a livello accademico,
- la sua “riemersione”, in Europa, come luogo dedicato all’allenamento, al principio del XIX secolo,
- la sua evoluzione nella forma attuale nell’America del XX secolo.

Tracce di proto-palestre risalgono, in effetti, alla Persia di oltre 3000 anni fa, dove erano diffuse le cosiddette *zurkhaneh*, stanze sotterranee semiclandestine utilizzate per riunioni politiche e come spazi per attività sportive, nella fattispecie la lotta.

Il termine “palestra” deriva, però, a tutti gli effetti, dal greco antico *palaistra*, luogo dedicato alla pratica della lotta, spazio indipendente o correlato al più ampio *gymnasium* (il termine deriva da *gymnazein*: “allenarsi nudi”), un’istituzione fondamentale nella Grecia antica.

Il *gymnasium* era uno spazio “omosociale”, frequentato esclusivamente da uomini che vi si recavano per allenare mente e corpo perseguendo l’ideale della *aretè*, la virtuosa eccellenza attinente al valore complessivo dell’individuo con particolare riferimento alla “virtù morale”.

Le prime evidenze di *gymnasia* risalgono al VI secolo avanti Cristo e le più note erano il “Lykeon” (associato alla figura di Aristotele) e la “Akademia” (associata alla figura di Platone).

La nascita stessa dell’atletica in senso moderno può esser fatta risalire alla prima Olimpiade antica (776 a.C.) che si tenne presso il santuario pan-ellenico di Olimpia, sito sacro, dotato di templi e altari, costruito su una pianura nelle vicinanze di un fiume, con ampio spazio per le infrastrutture sportive.

Nell’antica Roma iniziò a diffondersi uno specifico orientamento “scientifico” nei confronti delle attività sportive. Lo scienziato e filosofo greco Galeno di Pergamo (129-201 d.C.), medico presso la corte di Marco Aurelio, sviluppò un’importante scuola di pensiero in cui, oltre a mettere in esplicita correlazione corpo e mente, trattava in modo esplicito dei benefici dell’attività fisica collegata a una sana alimentazione. Ciò in particolare nei cosiddetti “scritti di igiene” come il *Della conservazione della salute*.

La progressiva diffusione della cristianità e la relativa emersione dell'idea di "corpo" come elemento "peccaminoso" (oltre alla condanna delle reazioni omosessuali come "sodomia") segnò un lungo declino nella storia delle palestre e della cura del corpo.

Testi antichi sull'argomento erano, tuttavia, preservati nelle librerie monastiche europee e il ritrovamento di tali manoscritti in epoca rinascimentale determinò un revival, seppur esclusivamente accademico, di tali istanze.

Il libro di Girolamo Mercuriale (1530-1606) *De Arte Gymnastica*, ad esempio, pubblicato a Venezia nel 1569, riprende la tradizione galenica del rapporto fra attività fisica e salute, integrandovi cenni storici sulla tradizione, appunto, dell'arte della ginnastica e sancendo, in qualche modo, la nascita, ante litteram, della medicina sportiva.

Un intento d'impronta pedagogica era, invece, alla base dell'iniziativa del teologo e linguista tedesco Christian Gotthilf Salzmann (1744-1811) che, nel 1874, fondò a Turingia lo "Schnepfenthal Institution", una scuola in cui l'attività fisica ricopriva un ruolo preminente. Fra gli insegnanti dell'istituto ricordiamo il nome di Johann Christoph Friedrich Guts Muths (1759-1839), considerato il fondatore della "ginnastica pedagogica", autore di numerosi saggi sulle diverse attività sportive che vedranno grande successo e diffusione in tutta Europa, dove saranno tradotti in più lingue.

Il testimone di Muths fu raccolto, pochi anni dopo, da Friedrich Ludwig Jahn (1778-1852). Il vero e proprio revival ottocentesco del *gymnasium*, in effetti, può esser fatto risalire, se vogliamo darci un cronotopo simbolico, alla Berlino nel 1811, come parziale conseguenza della sconfitta dell'esercito prussiano ad opera di Napoleone nella battaglia di Jena-Auerstadt del 1806. Tale sconfitta fu vissuta dallo stato prussiano come un'umiliazione nazionale che diede luogo a una ferma volontà di restaurare l'orgoglio e la fiducia nei mezzi della nazione.

Ciò indusse Friedrich Jahn, definito "Turnvater" ("padre della ginnastica") a fondare una palestra all'aperto a Hasenheide, un sobborgo di Berlino, chiamata "Turnplatz", letteralmente "campo d'allenamento".

Jahn combinava discipline "classiche", come corsa, lancio del disco e del giavellotto, con l'uso di attrezzi da egli stesso disegnati e destinati a diventare la base degli attrezzi ginnici "moderni" come le parallele e il cavallo per volteggio.

A differenza della Grecia antica, dove ci si allenava per gloria personale e per motivi estetici individuali, la motivazione alla base degli allenamenti al

“Turnplatz” era un comune obiettivo civico volto a migliorare le capacità fisiche del popolo prussiano in modo da produrre soldati migliori. Il “Turnplatz” divenne il modello per successive scuole e palestre militari, dove standard fisici venivano imposti dallo stato per creare lavoratori e soldati dotati di una migliore forma fisica.

Al crocevia fra queste istanze di origine europea e il nuovo dibattito americano sulle “malattie professionali” iniziò a circolare, in modo articolato, il concetto di “cultura fisica”, un movimento interessato ai concetti di “salute” e “forza” che vide la nascita di numerosi e nuovi sistemi di allenamento, praticati tanto nelle accademie militari quanto nelle palestre delle scuole e nei nascenti spazi ginnici privati.

I sistemi di allenamento più famosi a cavallo fra XIX e XX secolo erano:

- la “ginnastica pesante” del già citato “Turnplatz” di Jahn, che prevedeva l’uso di attrezzi e combinava l’attività fisica con obiettivi intellettuali. Esso ebbe grande diffusione negli Stati Uniti grazie all’azione dei cosiddetti “Turners”, emigrati tedeschi che avevano partecipato alla “Rivoluzione di marzo” del 1848 sotto forma di “Turnveiren” (letteralmente “club ginnici” ma con una evidente connotazione politica) e che si erano trasferiti negli Stati Uniti dove avevano proseguito la loro opera di attivismo politico (oltre che di diffusione di principi “ginnici”) supportando, fra le altre cose, l’elezione di Lincoln a presidente degli Stati Uniti nel 1861.
- Il sistema “Sokol”, nato a Praga nel 1862 e ampiamente influenzato dal “Turnveiren”. Così come era stato per il “Turnplatz”, il “Sokol” era un movimento ispirato da un sentimento di rinascita nazionale che, formalmente costituito come società di ginnastica, sottintendeva un vero e proprio movimento culturale e politico. Il nome “sokol” significa “falco” e testimonia gli ideali di libertà e coraggio alla base del movimento, in cui il rapporto inscindibile fra corpo e mente era costantemente ricordato e valorizzato.
- In contrasto con questi due sistemi, il cosiddetto “sistema svedese”, fondato dal medico e fisioterapista Pehr Henrik Ling (1776-1839), che promuoveva una “ginnastica leggera” che includeva focus su respirazione, stretching e massaggi e aveva assorbito influenze di origine orientale come la pratica cinese del Tui Na, una terapia manuale per la cura del corpo. Il “sistema svedese” riprendeva, integrandoli fra loro, diversi filoni della tradizione e si suddivideva in quattro parti: pedagogica, medica, militare ed estetica.

Contemporaneamente alla diffusione di questi diversi sistemi e “scuole di pensiero”, prese l’avvio, in Europa e Stati Uniti, anche una produzione industriale specializzata di indumenti e attrezzatura sportiva e, negli stessi anni, la palestra iniziò ad affermarsi come impresa commerciale grazie a iniziative come quella del francese Hippolyte Triat (1813-1881), ex-impresario di Vaudeville, che, nel 1849, aprì a Parigi, il “Grand Gymnase”, uno spazio coperto in vetro e ghisa.

A partire dal 1892, inoltre, le scuole pubbliche americane iniziarono ad attrezzarsi per svolgere attività sportive e, all’inizio del XX secolo, Charles Keen Taylor, responsabile del Dipartimento di educazione di Philadelphia, intraprese un’azione volta a “temprare il carattere” degli studenti, assegnando loro un distintivo che indicasse la qualità del loro fisico. Nel 1899 il presidente Theodore Roosevelt aveva composto un discorso dal titolo *The Strenuous Life* in cui si definiva l’educazione fisica “un’arma di difesa razziale” e, in sostanza, a cavallo fra XIX e XX secolo, si diffuse in America il culto della forma fisica legato a quello della virilità.

Nell’America del tempo, infatti, fra i timori legati a industrializzazione e urbanizzazione figurava anche la paura che gli uomini diventassero eccessivamente “urbani”, vale a dire civilizzati e “domesticati”, poco inclini a stare all’aria aperta, al contrario di quanto avveniva nella dimensione rurale, ormai in via d’estinzione: nel 1910 un americano su due risiedeva, infatti, in città.

L’avvento dell’industrializzazione, inoltre, aveva, in qualche modo, privato gli uomini della loro “dimensione manuale”, privandoli, così, in qualche modo, dell’occasione di valorizzare la loro forza, che veniva, pertanto, manifestata sempre di più attraverso lo sport.

In questo senso, scrive Nugent (2008: 36): «Per la classe operaia americana lo sport rappresentava un modo per riaffermare il valore della prestanza fisica in una civiltà sempre più industrializzata, urbanizzata, burocratizzata, dove il lavoro fisico di operai specializzati era sempre meno specializzato». Al contempo, in particolare in certi contesti, praticare uno sport o assistervi, voleva dire anche recuperare quel “contatto con la natura” che si andava perdendo. Scrive al riguardo Benjamin Nugent (*Ibid.*: 35): «Assistere a una partita di baseball, in un campo o al parco, significava avere la possibilità di rifugiarsi nel verde, in uno spazio aperto, pseudonaturale, un pezzo di prateria del West nel cuore della città».



Per le classi agiate, lo sport era «un modo per preparare i giovani a diventare i leader del futuro» (*Ibid.*: 36), offrendo alla borghesia l'opportunità di distinzione.

Questa articolata serie di istanze condusse un certo numero di scuole americane ad abbracciare il movimento, nato in Inghilterra, della *Muscular Christianity*. Tale definizione fu usata per la prima volta nel 1857 e si diffuse «per descrivere qualsiasi dottrina che celebrasse gli uomini timorati di Dio che da ragazzi apprendevano la virile arte del rugby diventando così un'arma d'attacco invincibile al servizio dell'impero, visto come disegno divino» (*Ibid.*: 39).

Anche il presidente Roosevelt era un sostenitore della *Muscular Christianity*, ma il suo fautore più acceso negli Stati Uniti fu Endicott Peabody (1857-1944), fondatore, in Massachusetts, della Groton School, una scuola privata d'élite che si proponeva di forgiare “veri uomini”, in cui lo sport, e il football in particolare, aveva un ruolo centrale.

In quegli stessi anni (nel 1844, per l'esattezza) nasceva la YMCA (Young Men's Christian Association), un'organizzazione cristiana, fautrice della “cristianità muscolare” e dello sport in genere.

A rimarcare il rinnovato connubio fra sport e virilità, osserviamo come all'inizio del XX secolo si fosse diffusa la disciplina del “sollevamento pesi”, grazie soprattutto all'iniziativa di uomini come Eugen Sandow (1867-1925), “protoculturista” di origine prussiana.

Sandow, ammiratore delle statue greche, aveva iniziato a esibirsi giovanissimo come “forzuto”, dapprima in spettacoli di strada e poi nei circhi, mettendo in mostra il suo fisico espressamente modellato sugli ideali classici. Particolare successo ebbe uno spettacolo di pose plastiche che Sandow propose presso il circo Ziegfeld, dove si esibiva anche in prove “di forza” come il sollevamento pesi o la rottura di una catena col petto. In breve tempo Sandow divenne la star di punta del circo Ziegfeld e si esibì finanche in occasione della Fiera Mondiale di Chicago del 1893. Il segno lasciato da Sandow nel mondo del culturismo fu così importante che il trofeo per i vincitori del concorso Mister Olympia a partire dal 1977 è proprio una riproduzione del corpo di Sandow (la statuetta è comunemente chiamata “the Sandow”).

Sandow fondò, inoltre, il primo impero mondiale di salute e fitness e la sua palestra “Flagship”, “The Institute of Physical Culture”, aperta nel 1918, era situata nel cuore di Londra. Secondo Budd (1997) la diffusione della cultura

fisica e la notorietà di personalità come Sandow contribuirono, fra l'altro, all'emersione della cultura omosessuale del desiderio e delle comunità omosessuali nei centri urbani.

All'indomani della prima guerra mondiale uno scenario era ormai emerso in modo chiaro: il mondo della "cultura fisica" poteva essere frequentato da amatori o da professionisti e per ciascuna modalità iniziarono a sorgere spazi adeguati e rispettive correnti di *gym culture*:

- le *fantasy gyms*, popolate da uomini iper-muscolari e bodybuilders professionisti.
- Le *real gyms*, frequentate, per la maggior parte, da semplici appassionati.

Il XX secolo può definirsi il "secolo americano" per ciò che riguarda le palestre e la cultura fisica. Come evidenziato da Chaline (2015), la cultura americana moderna e l'antica cultura greca hanno, del resto, diversi aspetti in comune, come l'ethos individualista e la competitività: il nuovo culto americano del *body beautiful*, del "superuomo ipermuscolare", trovò la sua dimora in "Muscle Beach", palestra all'aperto fondata sul molo di Santa Monica e "culla" del bodybuilding, disciplina destinata a divenire sempre più popolare e "mediatica".

Nel 1936 nacque anche la prima palestra di Jack LaLanne (1914-2011), a Oakland, la cui attività culminò, anni dopo, nel programma televisivo "The Jack LaLanne Show" (1951-1985) volto a coinvolgere l'intera famiglia nell'esercizio fisico.

Tale programma fu il più longevo *exercise program* della televisione americana e, nella visione del suo ideatore, la cultura fisica e la corretta alimentazione erano la salvezza dell'America.

Nella palestra di LaLanne si era allenato, fra gli altri, anche Vic Tanny (1912-1985), milionario destinato a diventare proprietario di una serie di palestre di grande successo (anche in virtù di una nuova proposta "estetica" e "funzionale": colori vivi, piscine, campi da tennis) e considerato il padre dei moderni *health clubs*.

La densità di immagini di bodybuilders diffuse dai mass-media, d'altra parte, generò una crescente ansia negli uomini americani che si sentivano inadeguati rispetto a quegli standard arrivando, in alcuni casi, a sviluppare patologie da "dismorfismo corporeo" come la "bigorexia" o "complesso di Adone". Fra i professionisti della cultura fisica, a partire dal secondo dopoguerra, iniziò a diffondersi l'uso di steroidi e anabolizzanti per aumentare la massa muscolare.

Da quel momento in poi il numero di palestre crebbe esponenzialmente, fino al boom degli anni settanta del XX secolo, come dimostra, ad esempio, la storia della palestra “Gold’s Gym”, nata a Venice Beach e divenuta luogo iconico della cultura fisica. A partire dagli anni ottanta del XX secolo, le palestre iniziarono a essere frequentate abitualmente anche da donne, anche a seguito del successo planetario delle lezioni di aerobica di Jane Fonda (1937-), la cosiddetta *aerobics revolution*.

## 2. Diacronie, architetture, landmarks e mutamenti urbani

Così come accade con le palestre moderne, le palestre antiche non seguivano necessariamente un piano standardizzato. Condividevano un numero basico di risorse, ma il loro *layout* e la loro dimensione variavano in base alla data di costruzione, alla ricchezza della città, alla geografia del suo sito e allo spazio a disposizione.

La *zorkhana* persiana era una sala costruita nel sottosuolo, cui si accedeva tramite una piccola porta che dava su una specie di pozzo ottagonale, profondo circa un metro e dal diametro dai dieci ai venti metri, all’interno dei quali i *pahlavan* (lottatori) eseguivano gli esercizi. Vicino all’entrata si trovava una piattaforma rialzata, chiamata *sardam*, nella quale stava il *morshed*, il conduttore che dirigeva gli esercizi ritmandoli con canti e percussioni. Il *morshed* segnava l’inizio e la fine degli esercizi tramite una campana.

Il *gymnasium* era tendenzialmente uno spazio *open air*, senza attrezzatura fissa e, come abbiamo già osservato, destinata esclusivamente agli uomini. Dal momento che si trattava del luogo di allenamento per sport olimpici come la corsa, il lancio del disco, il giavellotto e la lotta siamo propensi a credere che somigliasse a un moderno stadio di atletica.

Il “Grand Gymnase” di Triat, ampio spazio coperto di ferro e vetro è un’architettura che noi oggi associamo all’estetica delle prime stazioni ferroviarie.

Le palestre “moderne” sono generalmente al chiuso e assumono morfologie piuttosto diverse fra loro anche a seconda delle discipline che vi vengono praticate nello specifico. Le sempre più diffuse succursali delle grandi catene, come “Virgin Active” tendono ad avere un *concept* e un *layout* più omogenei fra loro al fine di comunicare ed ottenere un effetto di maggiore “riconoscibilità” in cui il “marchio” possa spiccare in modo cospicuo.

A partire dalla modernità possiamo individuare, sostanzialmente, quattro declinazioni successive nella morfologia della palestra:

- il modello “Grand Gymnase” che, influenzato dal *mood* dell’epoca, evocava le architetture dei padiglioni delle Esposizioni Mondiali prossime venture e delle prime stazioni ferroviarie già in essere;
- il modello *open air*, come nel caso di “Muscle Beach” che integrava un’attività fisica mirata con il contatto con la natura insieme a una certa dose di esibizionismo muscolare e spettacolarizzazione dell’allenamento e dei relativi risultati;
- il modello *health club* che, organizzato spesso come un piccolo “villaggio” integra diverse funzioni, anche di “intrattenimento”, accanto alle attività delle palestre “tradizionali”;
- il modello *parkour* che vede la città stessa diventare “palestra”, sfumando i contorni fra spazio urbano e spazio “settoriale”.

### *Il Grand Gymnase: la cattedrale della ginnastica*

Il “Grand Gymnase” di Hyppolite Triat, il cosiddetto “Ercole moderno”, era uno spazio chiuso che evocava la struttura delle prime stazioni ferroviarie del XIX secolo. Chaline (2015) lo assimila, addirittura, ad una cattedrale. Situato in Avenue Montaigne, il “Grand Gymnase” o “Gymnase Triat” era un luogo di aggregazione per l’aristocrazia e la buona borghesia parigina, con uno speciale programma di allenamenti dedicati alle donne.

Lungo 40 metri, largo 20 e alto 10, il “Grand Gymnase” era accessorizzato con un’imponente serie di attrezzi e lo stesso Napoleone III (1808-1876) vi si allenava regolarmente.

Il “Grand Gymnase” fu espropriato nel 1855 a seguito degli interventi di Georges Haussmann (1809-1891) sull’urbanistica parigina.

### *Venice Muscle Beach: la Fantasy Gym*

La costruzione di un’area attrezzata a sud del molo di Santa Monica, CA, fu parte del programma di benessere sociale “New Deal” condotto dal presidente Franklin Delano Roosevelt, in carica dal 1933 al 1945.

A partire dalla metà degli anni trenta del XX secolo la zona di Santa Monica divenne la culla della cultura fisica: in quel contesto nacque la “Venice Muscle

Beach”, un’area destinata allo sport e al sollevamento pesi fra i cui fondatori figurava anche Joe Gold (1922-2004) della futura “Gold’s Gym”.

Venice è un quartiere situato nella parte ovest di Los Angeles, progettato ed edificato all’inizio del XX secolo da Abbot Kinney (1850-1920) con l’immagine di una “piccola Venezia”, appunto, fatta di canali e case basse. Il *frontwalk* pedonale è popolato da una eterogenea varietà di frequentatori, artisti di strada, turisti, ma anche molte persone dedite al fitness.: dai runners ai rollerbladers ma, soprattutto, skaters e bodybuilders.

Venice ospita, infatti, oltre alla famosa “Muscle Beach”, culla del bodybuilding moderno, anche un importante “skate park”: il “Venice Skatepark”, di oltre 1500 mq, aperto nel 2009.

Santa Monica era, del resto, la culla dello *skateboarding* americano, la cosiddetta “Dogtown”, termine che designa una zona di Los Angeles che si estende da Santa Monica sud a Venice fino al Pacific Ocean Park. Nel 2005 esce, sull’argomento, il film *Lords of Dogtown*, diretto da Catherine Hardwicke su sceneggiatura dello skater professionista Stacey Peralta, che racconta la storia del gruppo di giovanissimi skaters che diedero vita alla “scena” di Venice, iniziando a utilizzare le piscine vuote delle ville di Beverly Hills e trasformando, così, lo skate in una sorta di “surf urbano”.

L’estetica della “spiaggia” è fondativa nella creazione di “Muscle Beach”, nata originariamente nel 1934 sul lato sud del molo di Santa Monica e 18 anni dopo, nel 1952, ricostruita a Venice con il nome di “Muscle Beach Venice”, tappa cruciale del successo del “bodybuilding” su scala mondiale e della diffusione di un vero e proprio “health and fitness movement”.

La prima “Muscle Beach” era nata dietro l’iniziativa della “Works Progress Administration” (WPA), che aveva installato una serie di attrezzi ginnici sul lato sud del “Santa Monica Pier”, unitamente ad una piattaforma da sollevamento pesi sulla spiaggia, dove si recavano regolarmente famosi bodybuilders come Vic Tanny, Jack LaLanne e Joe Gold.

Tale istituzione si rivelò strategica per la nascita di una “scena” e una “comunità”, anche grazie alla creazione della cosiddetta “Muscle House”, un *crashpad* in prossimità della spiaggia dove molti bodybuilders potevano trovare sistemazione a prezzi convenienti.

Chiuso nel 1959, a partire dal 1989 il sito è stato rimesso in funzione ed è tuttora usato come spazio ginnico.

Con la chiusura della “Muscle Beach” originale, i bodybuilders si trasferirono presso il “Venice Beach Weight Pen”, operato dal “Los Angeles Recreation and Parks Department”, costruito nel 1952 e presto rimpiazzato da una struttura più grande. Negli anni novanta del XX secolo, il sito venne ulteriormente rinnovato ed è oggi un grande playground con un’area recintata che racchiude attrezzi da sollevamento pesi e un’altra area con attrezzi da ginnastica e da acrobatica.

Nella stessa zona, nel cuore del *boardwalk* di Venice, su Pacific Avenue, venne, inoltre, fondata nel 1965 la “Gold’s Gym” che, presto soprannominata “mecca del bodybuilding”, forgiò campioni come Arnold Schwarzenegger (1947-) e Dave Draper (1942-). Nel 1977 la palestra fu la location del docudrama *Pumping Iron* e, proprio in seguito a questo film, la popolarità della “Gold’s Gym” crebbe ulteriormente, diventando, nel 1979, la palestra più famosa del mondo.

A partire dagli anni ottanta del XX secolo, inoltre, la palestra “Gold’s Gym” fu fra le prime attività commerciali nel campo del fitness a sviluppare il sistema del franchising e puntare sul merchandise. La Gold’s Gym originale di Venice Beach è considerata uno *sports landmark* da ESPN ed è sulla lista del cento *sports venues* più importanti del mondo.

### *Virgin Active: l’Health Club*

La catena Virgin Active, nata nel 1998, è una formula che offre soluzioni di wellness *all inclusive* a tutta la famiglia e la possibilità di “fitness, divertimento e benessere senza limiti. Anytime, anywhere”. Si tratta di una catena di centri fitness appartenente al “Virgin Group” di Richard Branson(1950-).

Il primo club italiano della catena fu aperto a Genova nel 2004 e il franchise conta attualmente 35 filiali in Italia e 231 nel mondo.

Virgin Active propone un nuovo modo di intendere il benessere a tutto tondo che non comprende solo la forma fisica ma anche il benessere mentale, non più solo una palestra ma “un club al quale appartenere”. Sul suo sito internet la catena si presenta come «*the world’s leading health club*» che affianca alla formula del “club” dei veri e propri “villaggi fitness” aperti dalle 7 alle 23 nei giorni feriali e dalle 9 alle 20 nei weekend. La catena si presenta come in possesso di 3 caratteristiche uniche: 1. *superb innovation*, 2. *leading experts*, 3.

*best clubs*, e sostiene di rendere l'allenamento "irresistibile" («*at Virgin Active we make exercise irresistible*»).

I membri della catena sono attualmente 1,4 milioni in tutto il mondo e in Italia ci sono 35 "filiali", di cui 12 solo a Milano:

- Milano Baranzate (villaggio fitness)
- Milano Bicocca (villaggio fitness)
- Milano Cavour (club collection)
- Milano Città Studi (villaggio fitness)
- Milano Corsico (villaggio fitness)
- Milano Corso Como (club collection)
- Milano Corso Vercelli (villaggio fitness)
- Milano Diaz (villaggio fitness)
- Milano Kennedy (villaggio fitness)
- Milano Maciachini (villaggio fitness)
- Milano Vittorio Emanuele (club collection)
- Milanofiori (club collection).

Le palestre della catena "Virgin Active" intendono veicolare il concetto di "community" e la formula prevede anche soluzioni "domestiche" (come l'opzione *revolution*) e l'utilizzo della "app" myvirginactive che rende "ubiqua" la possibilità di dedicarsi a un esercizio fisico guidato dai trainers Virgin.

La formula *revolution* promette «l'energia della community, al club come a casa tua». Tale proposta è definita: «un'esperienza fitness & cycling unica ed innovativa, altamente tecnologica e coinvolgente. Suoni, luci, e soprattutto i migliori trainer ti faranno vivere l'esperienza *revolution* da casa tua ma immerso nella community dello Studio, assicurandoti tecnica e performance per un allenamento ad altissimo livello». La formula, acquistabile in diversi pacchetti, dà la possibilità di partecipare al workout in streaming, disponibile "real time" e "on demand", con la possibilità di accedere a oltre 200 *rides* disponibili nella libreria virtuale, 3 programmi di allenamento in varie lingue e 4 appuntamenti al giorno da vivere in diretta con lo Studio Revolution di Milano. Tutti questi elementi permettono all'utente di "competere con la community" direttamente da casa propria.

Con i corsi Virgin Active, scrive il sito, «alleni molto più dei tuoi muscoli, alleni la parte migliore di te» attraverso le quattro dimensioni dell'allenamento: equilibrio, stabilità, forza, resistenza. Queste quattro dimensioni sono declinate in diversi corsi: Grid, Functional boxing Punch, Yoga (nelle versioni

“Align”, “Calm” e “Strength”), Revolution Cycling, Reformer Pilates, corsi in acqua.

I “villaggi fitness” prevedono, oltre alle aree di allenamento, anche una serie di altre *facilities*, come il “Virgin Active Café” e l’area bimbi; e i “club collection” sono definiti «un ambiente speciale, dove il benessere è all-inclusive».

La catena “Virgin Active” offre soluzioni per tutte le esigenze, con i corsi “junior” dedicati ai più piccoli e le soluzioni “aziendali”, dedicate alle aziende che regalano “divertimento e benessere ai propri dipendenti. Vi è anche spazio per la formazione con la “Virgin Active Academy”, una scuola per insegnanti di fitness.

### *Il parkour: la città come palestra*

Oltre ad una “ricodifica” dei ruoli sociali e alla creazione di nuove estetiche e nuove soggettività, la “palestra” diventa anche fucina di nuove pratiche urbane.

Il parkour è una disciplina metropolitana nata in Francia agli inizi degli anni novanta del XX secolo, ideata da David Belle (1973-), che consiste nell’utilizzare la città come palestra, eseguendo un percorso fitto di ostacoli da superare. Il termine “parkour” deriva da “parcours du combattant” (percorso del combattente), ovvero il percorso di guerra utilizzato nell’addestramento militare proposto da Georges Herbert (1875-1957), insegnante francese di educazione fisica e ufficiale di marina, che, nei primi anni del XX secolo, sviluppò un particolare metodo di allenamento per l’addestramento delle truppe definito “Hebertismo”, il cui motto è “essere forti per essere utili”. Il principio alla base del metodo hebertiano è che il miglior allenamento consista in movimenti naturali ed è un metodo che si basa sulle cinque attività primarie che l’essere umano deve svolgere per sopravvivere in natura: corsa, arrampicata, salto, nuoto e lotta. Corsa, arrampicata e salto si racchiudono nell’odierno parkour.

Il parkour nasce come attività di strada ma può anche praticarsi indoor, specialmente per quanto attiene a una fase di apprendimento. Scopo del parkour è spostarsi nel modo più efficiente possibile, da un punto A di partenza a un punto B di arrivo, sfruttando i propri mezzi fisici e l’ambiente circostante.

Tale disciplina arriva in Italia nel 2005, sviluppandosi grazie al web. Nel 2005 nasce l’Associazione Italiana Parkour, che organizza i più importanti raduni italiani. Nel 2017 il CONI riconosce il parkour come disciplina ufficiale



e una delle prime palestre di parkour in Italia è il “MOMU” (Movimento Mutamento) di Roma, sulla cui pagina il parkour viene definito come un’arte del movimento, la cui pratica permette di sviluppare gli attributi fondamentali del movimento: equilibrio, forza, resistenza, precisione, percezione dello spazio, visione creativa.

Si tratta di un modo per allenare insieme corpo e mente che prevede una parte di preparazione fisica e una di preparazione psichica. Il parkour si basa su tre pilastri fondamentali:

- Forza (fisica e mentale)
- Tocco (sensibilità ed equilibrio)
- Spirito (disciplina e concentrazione)

Variante *hardcore* del parkour la cosiddetta “Spartan Race”, una “Mud Race”, ovvero “corsa nel fango”, nata nel 2010 negli Stati Uniti competizione con una serie di ostacoli che punta a mettere alla prova gli atleti dal punto di vista psicofisico.

I praticanti di parkour sono chiamati “tracciatori” (traceurs) o “tracciatrici” (traceuses).

### 3. Maschilità vecchie e nuove e trasformazioni sociali

La storia della palestra è anche la storia del corpo umano (Chaline 2015) e, in questo senso, le trasformazioni del significato sociale del corpo hanno avuto grande importanza nella trasformazione delle palestre stesse. Se, come abbiamo visto, nell’antica Grecia l’esercizio fisico era un mezzo per raggiungere la virtù oltre che la perfezione fisica e nella tradizione tedesca esso era piuttosto un metodo di preparazione “militare”, dopo la seconda guerra mondiale si rinegozia il rapporto fra l’uomo, il suo corpo, e il tempo. Se, da un lato, la figura classica dell’uomo americano postbellico è quella del *breadwinner*, iniziano a emergere, in contemporanea, istanze diverse, che vedono l’uomo distaccarsi progressivamente dal legame con l’ambito lavorativo in senso tradizionale per avvicinarsi a una gestione “professionale” del tempo libero. È, infatti, a ridosso degli anni sessanta del XX secolo che inizia ad emergere la figura del bodybuilder professionista (il primo concorso di Mister Olympia risale al 1965) la cui popolarità, negli Stati Uniti, diverrà assimilabile a quella di altri sportivi professionisti come le stelle del baseball o del football. Il bodybuilding è, evi-

dentemente, praticato da uomini che si dedicano, in modo professionale, alla cura del sé come scopo individuale.

Negli ultimi cinquant'anni, palestre e centri sportivi si sono moltiplicati e sono emersi come industria globale. A partire dagli anni settanta del XX secolo abbiamo, infatti, assistito a una drastica crescita nel numero di palestre e strutture sportive di ogni tipo.

Secondo l'International Health, Racquet & Sports Club Association (IHRSA), si tratta di un giro d'affari che ammonta a circa 75,7 miliardi di dollari (2012), derivanti da oltre 153000 *health clubs* che servono 131,7 milioni di membri (2013).

Nella contemporaneità la palestra funziona come uno spazio “quasi religioso” i cui adepti si riuniscono per espletare collettivamente determinati rituali eseguiti con dedizione e devozione (Chaline 2015) anche in virtù delle cosiddette *new masculinities* di cui esse sono popolate.

Nel 1994 Mark Simpson stabilì due caratteristiche fondamentali della cosiddetta “metrosessualità” (nuova maschilità metropolitana), ovvero “vanità” e “narcisismo”, caratteristiche incoraggiate e sostanziate da attività relative alla cura del sé. Nel 2002 lo stesso Simpson applicherà tali caratteristiche al caso di Beckham, legando esplicitamente la metrosessualità al contesto sportivo e, designando proprio il calciatore David Beckham come «*the biggest metrosexual in Britain*», portando all'attenzione di tutti il legame fra sport e vanità, sganciato dal concetto di “performance atletica”.

I fenomeni di ri-urbanizzazione iniziati nella seconda metà degli anni settanta del XX secolo fecero incontrare i giovani esponenti della nuova classe creativa con quelle culture metropolitane sviluppatesi nelle città delle “barriere basse”, le *inner cities* vuote del secondo dopoguerra, in buona parte in seno alla comunità gay. A tali codici si sono, nel tempo, sovrapposte le dinamiche dell'iperconsumo ed è proprio in questo clima mutato e in continua trasformazione che la definizione e la percezione stessa di “maschilità” si stanno riassettando, assumendo nuove connotazioni di cui si contaminano anche gli ambienti sportivi. Il metrosexual è un *mirror man*, che contraddice il tradizionale *male gaze* ed è valorizzato, non solo simbolicamente, dalle pareti a specchio della palestra.

David Coad (2008) mette in evidenza come la cultura sportiva sia, per tradizione, in gran parte basata su una eteronormatività molto spinta e costruita sui disvalori di un machismo distorto e conservatore che predicano l'osservanza

di una dimensione normativa di *manhood*. L'ascesa dello sportivo metrosexual destabilizza, pertanto, la maschilista ed eteronormativa *sports culture* rifacendosi a linee guida “non normative” e “sfidando” i dettami della *jock culture*, l'estremizzazione del “machismo” sportivo: «È negli *style-obsessed* anni ottanta, in concomitanza con il declino della fortuna del *breadwinner* fordista, che le enclaves gay metropolitane iniziano ad esportare con più forza quegli stili di vita destinati a divenire un modello e un'aspirazione per i nuovi *city-dwellers* che desideravano “maschilità” e “desiderabilità» (Fagiani 2011: 73).

Insieme a queste dinamiche si diffonde l'idea di una “nuova corporeità maschile”: il corpo stesso diventa “portatore visibile di identità” ed è nell'ambito della “gay gym culture” che si sviluppa il concetto moderno di “body beautiful” (Alvarez 2008): «In urban gay America, the gym is now an extension of gay social (and sometimes professional, recreational, and political) life. It has, as in ancient Greece, become the nucleus of gay life. If in the 1970s and 1980s the gay gym became a social institution for gay men in gay ghettos, now it has become a social movement without walls or borders. The gym is fast becoming the third space for a lot of gay men of all age groups. The gym has largely replaced for many gay men the bars and happy hours so popular among gay men in the 1970s and 1980s» (*Ibid.*: 10).

Chaline (2015) sostiene che le donne non sono mai state realmente “escluse” dalle palestre ma, fino agli anni ottanta del XX secolo, non vi erano molte attività che fossero espressamente rivolte a loro. Il boom delle iscrizioni femminili in palestra avvenne a seguito della cosiddetta *aerobics dance revolution*, resa famosa da Jane Fonda all'inizio degli anni ottanta del XX secolo. Fu proprio questa piccola rivoluzione a favorire l'introduzione, nelle palestre, di sezioni e corsi espressamente dedicati al “cardiofitness”.

Fino agli anni ottanta del XX secolo, pertanto, la palestra era stato un contesto di prevalente omosocialità maschile, in cui gli sportivi indossavano il “mantello del guerriero” secondo i principi della *Muscular Christianity*, esprimendosi attraverso aggressività e dimostrazioni di forza. Negli ultimi anni, tuttavia, l'emersione della figura del metrosexual in ambito sportivo sembra contraddire questa norma e le cosiddette *new masculinities* si esprimono attraverso la cura del sé e la sensibilità. Coad (2008), parla, al riguardo, di *sport sex*, una contingenza per la quale la cultura sportiva ha l'abilità di formare le nostre visioni di mascolinità e femminilità .

## 4. Conclusioni

La palestra ha assunto, nel corso dei secoli, strutture, funzioni, significati e forme diverse anche in relazione alle trasformazioni urbane, sia dal punto di vista morfologico sia dal punto di vista socio-culturale.

Parte integrante dell'ideologia della *polis* nella Grecia antica, la palestra ha progressivamente perduto centralità fino alla nascita della città moderna, con l'edificazione delle prime, importanti, palestre "commerciali" (vale a dire non integrate in edifici scolastici o militari). È alla fine del XIX secolo, infatti, che nascono le prime grandi palestre urbane pubbliche, dal "Grand Gymnase" di Triat all' "Institute of Physical Education" di Sandow. Contemporaneamente si sviluppa la fortuna della figura dell'uomo "forzuto" che non basa il proprio appeal soltanto su canoni estetici ma su vere e proprie manifestazioni di "forza". Nasce proprio in quegli anni, infatti, la disciplina del "sollevamento pesi" accanto a quella del bodybuilding, discipline di cui Triat e Sandow sono ritenuti i rispettivi fondatori.

A livello spaziale abbiamo evidenziato come, in più casi, le palestre siano state in grado di reificare "il senso del luogo" di appartenenza. Così come il "Grand Gymnase" di Triat rappresentava perfettamente il *mood* della Parigi pre-haussmaniana, la "Muscle Beach" di Santa Monica e poi di Venice replicavano il *mood* californiano di una terra promessa, in espansione, il cui mite e stabile clima consentiva di allenarsi all'aperto e il cui rapporto ontologico con il *leisure* permetteva di sfornare i primi bodybuilders professionisti.

La progressiva sovrapposizione fra tempo libero e tempo lavorativo diverrà, peraltro, una delle istanze cogenti della città contemporanea: territorio di *loisir* e spazio dell'offerta in cui il corpo, fattosi vettore identitario assume una centralità sempre maggiore. Nel contesto urbano contemporaneo, in cui il tempo libero diventa sempre più "riflessivo" e "sostanziale", le palestre si trasformano di conseguenza, non soltanto fornendo un senso di "community" per quanto "artefatto" e "commerciale", come nel caso, ad esempio, dei "Virgin Club", ma anche richiamandosi, esplicitamente a un lessico spaziale "urbano" come gli "Active Village".

Ma è la città stessa a divenire, in qualche modo, "palestra informale", attraverso discipline come il parkour, percorso che fa degli ostacoli urbani opportunità di allenamento.

In una società sempre più complessa, pertanto, possiamo leggere il percorso storico delle palestre come mappa di importanti, trasformazioni urbane: luoghi del consumo vistoso non più solo di tempo, come nel caso del bodybuilding, la cui preparazione avviene in appositi spazi “settoriali”, ma anche di spazi urbani “tout court” come nel caso del parkour che “fruisce” di ampie porzioni di città.

Questo uso “improprio” di contesti urbani a fini sportivi può addirittura intendersi come declinazione ipermoderna di “produzione di spazio” e, in quanto tale, in grado di dar vita a vere e proprie “scene sottoculturali”, come già accaduto in passato, ad esempio, con lo skate e la breakdance.

Infine, appare non trascurabile il ruolo della tecnologia nel variegato *landscape* della palestra contemporanea, sempre più spesso “spazio virtuale”, integrazione possibile del palinsesto domestico tramite l’utilizzo di specifiche applicazioni, streaming e una nutrita serie di videogiochi interattivi progettati per apposite piattaforme.

## Bibliografia

- Alvarez E. (2008), *Muscle Boys: Gay Gym Culture*, London-New York, Routledge.
- Budd M. A. (1997), *The Sculpture Machine: Physical Culture in the Age of Empire*, London, MacMillan Press.
- Chaline E. (2015), *The Temple of Perfection: A History of the Gym*, London, Reaktion Books.
- Coad D. (2008), *The Metrosexual: Gender, Sexuality and Sport*, Albany, State University of New York Press.
- Fagiani M.L. e Ruspini E. (2011), *Maschi alfa, beta, gamma. Virilità italiane tra persistenze, imprevisti e mutamento*, Milano, Franco Angeli.
- Nugent B. (2008), *Storia naturale del nerd*, Milano, Isbn Edizioni.

# P I parchi urbani: ecologia e socialità

---

*di Alfredo Mela<sup>1</sup>*

I parchi urbani sono elementi costitutivi della città e del suo spazio pubblico, sia pure assumendo distinti caratteri e modi d'uso in diversi contesti ed epoche. Nella città contemporanea ai parchi urbani è riconosciuta una pluralità di funzioni, legate tanto ai “servizi ecosistemici” che essi offrono, quanto alle attività sociali che ospitano, alcune delle quali hanno anche un valore economico, oltre a svolgere un ruolo positivo per la salute e il benessere personale. La frequentazione dei parchi avviene in varie forme (individuali o a gruppi, organizzate o meno); le attività che hanno luogo in essi cambiano in base a variabili sociali, come pure alla dimensione e attrezzatura degli spazi verdi e del contesto in cui si situano. Recentemente, specie nel caso italiano, le pratiche di gruppi stranieri hanno contribuito a modificare modalità d'uso dei parchi cittadini, assieme alla diffusione di nuove pratiche e a una maggiore presenza di turisti e *city user*.

*Urban parks are fundamental parts of the city and its public space, albeit taking on distinct characteristics and ways of use in different contexts and periods. In contemporary cities urban parks are recognized as having a plurality of functions, linked both to the “ecosystem services” that they offer, and to the social activities they host, some of which also have an economic value, as well as a positive function for health and personal well-being. Parks attendance takes place in various forms (individual or in groups, organized or not); the affordances they offer change based on social variables, as well as the size and equipment of the green spaces and the context in which they are located. Recently, especially in the Italian case, the practices of migrant groups have contributed to changing ways of using city parks and gardens, together with the diffusion of new practices and a greater presence of tourists and city users.*

1 Alfredo Mela ha insegnato per oltre 40 anni al Politecnico di Torino in corsi di sociologia dell'ambiente e del territorio, rivolti a studenti di Architettura e di Pianificazione. È stato membro per diversi anni del Consiglio Scientifico della sezione “Territorio” dell’AIS, di cui è stato il coordinatore dal 2013 al 2016. I suoi interessi di ricerca riguardano il fenomeno urbano nelle sue diverse dimensioni, gli spazi pubblici, la partecipazione dei cittadini, la resilienza comunitaria.

## 1. Definizione e storia

I parchi urbani sono aree verdi, di differenti dimensioni, situate all'interno di centri urbani o nei loro immediati dintorni, che svolgono principalmente funzioni ricreative per la popolazione e hanno effetti positivi per l'ambiente e la conservazione della biodiversità. La presenza di specie vegetali di vario tipo (erbe, piante, arbusti) rappresenta l'elemento dominante, ma in molti casi i parchi comprendono al proprio interno anche elementi minerali (come sentieri lastricati, rocce, ghiaia), manufatti architettonici, impianti sportivi, attività commerciali e altri servizi di supporto alla fruizione turistica.

Il termine "parco" trae origine probabilmente dall'antico tedesco *perkan* (coprire, riparare) ed è possibile che abbia origini comuni con il latino *parcere* (impedire, risparmiare) (Pianigiani 1907). In origine esso indicava un'area chiusa con animali, destinata alla caccia.

Sebbene anche nell'antichità e nel medioevo le città comprendessero spazi verdi, l'origine dei parchi urbani, nell'accezione attuale, va ritrovata nel periodo che precede l'industrializzazione, con orientamenti diversi nei vari paesi. Nel Seicento l'introduzione in città di viali alberati – come il celebre *Unter den Linden* a Berlino – avviene solo in alcuni contesti; nel Settecento, invece, la creazione di spazi verdi urbani diviene una pratica diffusa e consistente (Belfiore 2014). In quel secolo, poi, si diffonde l'uso dell'apertura sistematica di giardini di corte e tenute reali ai cittadini; un uso che in precedenza aveva un carattere episodico. In qualche misura questo contribuisce a creare un ponte tra una pratica sino a quel momento tipica solo della nobiltà – quella di passeggiare nel verde secondo modalità codificate per incontrarsi ed esibire abiti e decorazioni – e i costumi di cittadini appartenenti ad altri ceti sociali e in particolare quelli di gruppi urbani emergenti, pronti a imitare il ceto dotato di maggior potere e prestigio (Pazzini 1993).

Nel corso del XVIII secolo in Francia si realizzano progetti di abbellimento delle città (*embellissements urbains*) che prevedono l'introduzione di spazi verdi; in Inghilterra, invece, si sviluppano diversi modelli di verde urbano, come l'allestimento ai margini della città di *Pleasure gardens*, luoghi destinati alla ricreazione della classe aristocratica e dell'alta borghesia, nei quali, accanto alla presenza di vegetazione, l'elemento attrattivo era rappresentato dall'organizzazione di eventi quali concerti, balli, feste in maschera, fuochi d'artificio. A Londra Vauxall Gardens, la cui apertura risale al 1661 e che resta in funzione

sino al 1859, rappresenta il primo di tali parchi e uno dei più celebri per la varietà degli spettacoli offerti (Nelson 2013).

L'Ottocento vede poi l'ulteriore diffusione dei parchi urbani, una diversificazione delle aree a verde e anche delle istanze sociali, economiche e politiche che presiedono alla loro progettazione. Da un lato, infatti, l'industrializzazione di molte città e la loro imponente crescita demografica porta a erodere spazi verdi preesistenti e a edificare quartieri popolari con standard abitativi ed urbanistici molto bassi, rendendo ancora più acuto il divario tra questa parte della città e quella abitata dalle classi agiate. Dall'altro lato, però, in questo secolo cominciano a svilupparsi le preoccupazioni per l'insalubrità della città: l'apertura di spazi urbani a verde rappresenta una delle risposte, volte al miglioramento delle condizioni igienico-sanitarie. A questa istanza si associa anche quella di riforma sociale e morale, volta ad offrire ai lavoratori spazi per uno svago domenicale ritenuto sano e salutare, contenendo anche il loro potenziale di rivolta contro lo sfruttamento del lavoro in fabbrica e le pessime condizioni abitative nei quartieri operai. Specie in Inghilterra, poi, la diffusione dello sport come pratica che, dai ceti elevati, tende a una più ampia diffusione, richiede la predisposizione di spazi specifici per diverse discipline.

Nell'esperienza inglese di pianificazione è presente in questo periodo l'idea che occorra controbilanciare gli effetti di una crescita della città distruttiva della campagna circostante con la ricreazione di isole di natura nello spazio urbano, anche trapiantando grandi alberi in nuovi parchi, come Bedford Square e Russell Square a Londra. Questa stessa idea si trova anche negli Stati Uniti, dove il parco urbano diviene addirittura uno degli elementi strutturanti della città moderna. È questo, in particolare, il caso di Central Park a New York, concepito dagli urbanisti Olmsted e Vaux come un luogo capace di far dimenticare il fatto di trovarsi al centro di una grande metropoli, nascondendo le vie di scorrimento ad un livello inferiore rispetto a quello dell'area verde. Secondo Sennett (1990), questa impostazione mostra come in America siano stati usati criteri opposti rispetto a quelli «adottati dagli artefici del Bois de Boulogne, che trasformarono l'attraversamento di quel parco in un piacere anche per coloro che erano obbligati a quel tragitto da motivi di lavoro» (p. 68 della trad. it.).

Tuttavia, alla fine del secolo e all'inizio del Novecento, negli stessi Stati Uniti si diffonde un movimento volto alla realizzazione di piccoli spazi urbani nelle zone suburbane dove vivono i ceti popolari: anche in questo caso le pre-



occupazioni di natura sociale si mescolano con quelle per la moralità e l'ordine pubblico, dato che questi piccoli parchi erano anche destinati a sottrarre gli adolescenti alla vita di strada.

Nella Parigi di metà Ottocento, la trasformazione in parchi urbani di due spazi che erano stati in precedenza terreni di caccia per la corte (il Bois de Boulogne ad ovest della città e il Bois de Vincennes a est) va di pari passo con le trasformazioni della parte centrale, realizzate da Hausmann. In qualche misura, entrambe le azioni hanno a che fare con la riplasmazione in senso borghese della città e con la “normalizzazione” e regolazione delle relazioni sociali. Metafore organiche e retorica igienista servono a giustificare anche gli interventi più radicali: lo stesso Hausmann, che usa il termine “sventramento” per la distruzione di quartieri popolari e la sostituzione con un sistema di ampi *boulevards* e di abitazioni borghesi, parla dei due parchi citati come “polmoni” della città.

Mentre all'inizio del Novecento si consolida una pratica urbanistica in continuità con le linee del secolo precedente, ma con influssi anche dell'idea della città-giardino proposta da Howard (1902), il Movimento Moderno rappresenta una netta rottura, nella quale, per molti aspetti, il rapporto tra la città e gli spazi verdi subisce un netto cambiamento. Nei provocatori progetti di Le Corbusier e in particolare nel progetto per un'ideale *Ville contemporaine* di 3 milioni di abitanti (1922) e nel *Plan Voisin* per il centro direzionale di Parigi (1925), lo spazio residenziale è rappresentato da edifici in altezza o da lunghi edifici in linea a sei piani, immersi in uno spazio verde che copre – a seconda delle tipologie edilizie – da circa la metà a oltre il 90% della superficie dei vari lotti. La densità abitativa degli edifici permette, dunque, di ampliare gli spazi verdi; questi, tuttavia, sono sostanzialmente ridotti alla funzione di tessuto connettivo, o di spazio aperto che rende salubre l'ambiente e ne fa crescere la luminosità, perdendo quel carattere di singolarità (o di “isole” urbane) che avevano assunto nel corso dell'Ottocento.

Il modello razionalista di Le Corbusier non si traduce in realtà a Parigi, dove peraltro avrebbe distrutto gran parte delle preesistenze storiche, ma influenza soprattutto nel secondo dopoguerra la creazione di grandi complessi residenziali in Francia (i *grands ensembles*) e in altri paesi dell'Europa occidentale, trovando riscontri anche nell'urbanistica dei paesi del blocco sovietico. In tali quartieri, posti per lo più nelle periferie e destinati soprattutto alla classe operaia, il verde è ampiamente presente, ma di scarsa qualità e – al di là

delle intenzioni dei progettisti – stenta a divenire luogo di aggregazione e di ricreazione, esponendosi piuttosto a rischi di degrado. Nella città compatta, invece, l'uso intensivo dell'edificazione, specie nei decenni della ricostruzione post-bellica – cui si aggiunge l'esigenza di ampliare la superficie a disposizione per la circolazione automobilistica e il parcheggio – lascia poco spazio ai parchi urbani; spesso, dunque, le aree a verde sono soprattutto ritagli di piccole dimensioni non adatti alla costruzione, o spazi residuali definiti dall'intersezione tra arterie urbane a forte traffico o in prossimità dei parcheggi.

Una nuova inversione di tendenza si ha negli ultimi due decenni del XX secolo, con la deindustrializzazione delle città e sotto l'influsso delle correnti postmoderne dell'architettura e dell'urbanistica (Ellin 1996). Diversi fenomeni concorrono a generare questo nuovo interesse per la progettazione dei parchi. L'allontanamento degli impianti produttivi (e di altri tipi di spazio, come magazzini e zone portuali dismesse) dalla città lascia una grande quantità di aree industriali da riconvertire e, per contro, offre grandi occasioni per la valorizzazione di capitali legati alla promozione immobiliare. Tale riconversione apre la via ad operazioni che, oltre a luoghi del commercio e palazzi per uffici, producono quartieri residenziali spesso destinati a popolazione medio-alta, che esige la presenza di zone verdi ad uso pubblico e/o privato. Anche l'organizzazione di grandi eventi da parte della città e lo sforzo per aumentarne l'appetibilità per il turismo conduce talora a creare parchi che, in alcuni casi, diventano una delle principali attrazioni per i visitatori, anche in funzione delle opere di architettura contemporanea che ospitano, come nel caso di Millennium Park a Chicago.

Inoltre, il nuovo interesse delle amministrazioni urbane per la dimensione ambientale concorre a favorire la creazione di aree verdi che spesso vengono realizzate attraverso la riqualificazione delle sponde fluviali nei tratti urbani, creando in tal modo dei corridoi verdi utili per la preservazione della biodiversità e il contrasto delle isole di calore, un aspetto – questo – di particolare rilievo in una situazione di riscaldamento globale. Anche l'allontanamento di rischi legati a eventi naturali ha trovato talora concretizzazione con la progettazione di nuovi parchi, come è avvenuto a Valencia, dove la deviazione del fiume Túria, che aveva causato rovinose inondazioni, è stata seguita dalla realizzazione di un parco nel vecchio alveo fluviale.

Specie nel periodo a cavallo tra il XX e il XXI secolo in Europa i progetti di rigenerazione dei quartieri più sfavoriti si è appoggiata a politiche di riqualifi-

cazione di giardini e parchi periferici. Spesso, infatti, le già ricordate tendenze dell'urbanistica razionalista avevano dotato i quartieri periferici di spazi verdi privi di qualità e talora persino degradati e pericolosi. La loro riorganizzazione, abbinata ad altri interventi in campo edilizio e sociale, ha talora prodotto effetti positivi sotto diversi profili.

## 2. Caratteri architettonici, urbanistici e naturalistici

Il modello del parco all'italiana, derivato dal giardino rinascimentale, è basato su di un impianto geometrico regolare, sovente impostato attorno ad un asse principale e destinato a fungere da scenario a un edificio centrale. Il verde è trattato come materiale architettonico, attraverso una potatura delle siepi che le trasforma in volumi che fanno da cornice alle aiuole; il parco, inoltre, è popolato da statue, balaustre, edicole e la presenza dell'acqua, con fontane e cascate, ha un ruolo fondamentale. Questo modello è ancora osservabile in giardini storici italiani, oggi divenuti di fruizione pubblica, come il giardino di Boboli a Firenze. Anche il modello del giardino alla francese deriva dallo stesso modello.

Il parco all'inglese, viceversa, sorge nel Settecento e si afferma in Europa e negli Stati Uniti nel secolo successivo. La sua caratteristica è quella di riprodurre un paesaggio apparentemente naturale, con piante ed arbusti, collocati in composizioni analoghe a quelle che si ritrovano nei boschi, e corsi d'acqua con andamento irregolare. Il gusto romantico e una sensibilità quasi religiosa nei confronti della natura favoriscono il successo di questo modello.

Accanto a questi modelli storici europei vi sono poi quelli di altre civiltà, che riflettono non solo le strutture sociali e le modalità di fruizione dei diversi popoli, ma anche la loro concezione del mondo e le tradizioni culturali e religiose. Di particolare rilievo sono il giardino arabo (che ha lasciato traccia in Europa soprattutto nel Sud della Spagna), quello cinese e quello giapponese.

La progettazione contemporanea di parchi e giardini ha visto una moltiplicazione di forme e di commistioni tra modalità di trattamento della vegetazione, inserimenti di forme architettoniche, presenza dell'acqua, uso delle tecnologie. Inoltre, la forma del parco è in molti casi connessa anche alle caratteristiche morfologiche del contesto in cui si inserisce e alla funzione urbanistica che viene attribuita all'area verde. Tenendo conto di quest'ultimo aspetto, tra le varie tipologie di parco urbano, potremmo ad esempio citare quella del parco-margine

(Lambertini 2006), che viene collocato attorno ad un insediamento urbano, con lo scopo di limitare l'espansione dell'abitato. Di questo tipo sono le *green belt* inglesi o quella realizzata attorno a Stoccolma; l'idea del margine è tuttavia presente anche in realizzazioni più recenti, anche con funzione di interfaccia tra la città e le sponde fluviali (come nel caso del *Parque do Tejo e Trençao* a Lisbona) o quelle marine (come nel *Parc de Poble Nou* a Barcellona).

Una tipologia di forte attualità è la *green way*, ovvero un parco lineare che attraversa la città, talora intersecandosi con altri spazi verdi, sino a costituire una vera e propria infrastruttura verde, che innerva lo spazio urbano al pari della rete viaria. Esse hanno molteplici scopi: ecologici (in quanto consentono la continuità delle aree vegetate), culturali, ricreativi, estetici (Ahern 1995). In quanto tali, sono elementi importanti per una strategia urbana volta alla sostenibilità, che trova applicazioni negli Stati Uniti, in Gran Bretagna (Turner 2006) e in altri paesi europei. Un particolare tipo di *green way* urbana è quella ricavata da tracciati ferroviari dismessi, come la *Promenade Plantée* a Parigi. Un altro tipo di parco è quello che nasce dall'eredità di grandi eventi fieristici o sportivi: esso mantiene al proprio interno – più o meno trasformate e rifunzionalizzate – strutture che sono state realizzate in occasione dell'evento stesso. Appartengono a questa tipologia il parco di Italia '61 a Torino o il Parco delle Nazioni, costruito in occasione dell'esposizione Universale del 1998 a Lisbona.

Un particolare tipo di spazio urbano vegetato, che non può essere considerato un parco a pieno titolo, ma che in alcuni casi svolge alcune funzioni analoghe è quello delle aree verdi informali (o *informal urban greenspace*, Rupprecht e Byrne 2014). Si tratta di spazi in genere residuali, posti tra linee infrastrutturali, in luoghi interstiziali, in aree industriali dismesse o semplicemente in lotti non edificati inclusi nello spazio urbano. Il loro uso può dar luogo a forti ambiguità, in quanto vi si possono insediare attività illegali, ma in altri casi queste aree possono offrire spazio per attività ricreative spontanee, importanti per specifiche classi di età, come gli adolescenti (Moore 1986), o per attività di animazione comunitaria in zone svantaggiate.

### 3. Funzioni dei parchi nella città contemporanea

Come già si è osservato, i parchi urbani svolgono una molteplicità di funzioni, anche se la loro varietà e la rilevanza di ciascuna di esse muta in base al tipo di

parco, alla sua dimensione, al contesto nel quale si inserisce. Dal punto di vista ecologico, la valutazione delle funzioni del verde urbano deve essere riferita non tanto al singolo elemento (parco o giardino), quanto al complesso dell'infrastruttura verde, ossia delle reti di aree naturali e seminaturali interconnesse, comprendenti anche aree agricole, boschi e zone umide, che possono essere pianificate e gestite in modo tale da produrre un complesso di benefici, che sono denominati "servizi ecosistemici". Quest'ultimo concetto è stato introdotto negli anni '90 da Costanza *et al.* (1997): questi autori definiscono i servizi ecosistemici come «flussi di materia, energia ed informazione provenienti dagli stock del capitale naturale, che si combinano con i servizi derivanti dai manufatti e dal capitale umano per generare benessere per l'uomo» (p. 254, tr. nostra). Esso è stato poi ripreso dal Millennium Ecosystem Assessment (2005), che ha contribuito a renderlo di uso comune.

I servizi offerti dall'infrastruttura verde urbana sono molto ampi. Essi comprendono innanzitutto servizi di supporto alla vita, come la produzione di ossigeno, attività di regolazione (di purificazione dell'aria, di aumento della permeabilità del suolo, di depurazione dell'acqua, di mitigazione del clima, di mantenimento della biodiversità), di produzione (specie di cibo, nelle aree verdi comprendenti orti urbani). Tra i servizi ecosistemici sono poi anche inclusi quelli di ordine culturale: l'offerta di luoghi per la ricreazione, la socialità, la spiritualità, la contemplazione estetica.

Sotto il profilo urbanistico, i parchi sono una variabile essenziale per la pianificazione del territorio. Essi sono utilizzati per ottenere un rapporto armonico tra zone edificate e non edificate (i "pieni" ed i "vuoti" urbani), regolare la densità urbana, limitare l'espansione incontrollata del costruito, creare percorsi pedonali e ciclabili, insediare funzioni di servizio e di svago per la popolazione. In questa prospettiva, è importante rilevare che i bacini di fruizione dei parchi sono collocati a diverse scale. Vi sono parchi di rilievo metropolitano o addirittura di più ampia scala, parchi a servizio di un complesso di quartieri o di un singolo quartiere, giardini pubblici di livello inferiore, fruiti soprattutto dalla popolazione residente nell'immediato intorno. In ogni caso, una pianificazione urbana rivolta alla sostenibilità deve preoccuparsi che l'accesso ai parchi possa essere effettuato principalmente con i mezzi pubblici o con forme di mobilità privata "dolce". Altri aspetti fondamentali sono l'eliminazione delle barriere architettoniche, la garanzia della manutenzione e del controllo delle aree verdi e la creazione di corridoi ecologici che congiungano i parchi di mag-

giore dimensione. Infatti, perché il verde urbano possa svolgere pienamente le sue funzioni (ed in particolare quella del mantenimento della biodiversità) non è rilevante solo la quantità complessiva di aree vegetate, ma anche la loro continuità, per evitare che si produca un effetto di insularizzazione dei singoli parchi, che non consente la riproduzione di molte specie vegetali e la formazione di habitat atti alla vita di molte specie animali.

Un'altra preoccupazione essenziale riguarda la distribuzione delle aree verdi nella città. In molti casi, le politiche per la riqualificazione in senso ambientale della città hanno prodotto effetti di aumento delle differenze sociali, trascurando i quartieri urbani a maggior presenza di popolazione marginale o di minoranze etniche. D'altro canto, le politiche volte ad introdurre nuove opportunità di fruizione del verde in aree svantaggiate deve tener conto dei rischi di favorire processi di *environmental gentrification* (Checker 2011) e di espulsione dei ceti a più basso reddito, dovuta all'incremento del valore immobiliare dei terreni: questo spiega anche esempi di reazioni della popolazione residente contro progetti di *greening* urbano, come quelle verificatesi nel quartiere newyorchese di Harlem.

In ogni caso, dal punto di vista socioeconomico i parchi possono essere considerati come una risorsa di crescente importanza per i sistemi urbani, al di là della loro incidenza sul mercato immobiliare. Essi possono favorire l'agricoltura urbana, ospitando al proprio interno zone coltivabili e contribuendo in tal modo alla pianificazione in forma sostenibile del sistema del cibo urbano (Borrelli e Mela 2018). Inoltre, alcuni parchi contribuiscono all'attrattività turistica della città, rappresentando mete conosciute di rilievo internazionale, come nel caso di Central Park a New York o del Prater a Vienna, o unicamente luoghi di fruizione a scala metropolitana capaci di attrarre visitatori nel fine settimana grazie alle attività che ospitano o agli eventi che vi si organizzano. Inoltre, un insieme di attività stabili dotate di valore economico hanno sede in molti parchi urbani: ad esempio esercizi commerciali per la ristorazione, attività legate alla presenza di opportunità per la pratica sportiva o di risorse culturali e naturalistiche.

I benefici sociali dei parchi urbani sono di vario tipo. In primo luogo va ricordata l'importanza degli spazi verdi come luoghi di aggregazione, sia pure in modi differenziati in base ai gruppi sociali ed etnici, al genere, alle età, alle preferenze e stili di vita, oltre che a variabili relative alle caratteristiche di ciascun parco, alle condizioni climatiche e disponibilità di tempo per la

frequentazione. Tra i luoghi pubblici urbani – che pure sono interessati da processi di privatizzazione e da una frammentazione legata anche alla crescente eterogeneità dei fruitori e ad esigenze di controllo – i parchi sono tra i più aperti alla compresenza di pratiche e modalità d'uso diversificate. Questo non necessariamente produce interazione tra diversi gruppi, ma comunque apre a una condivisione dello spazio e a processi spontanei di reciproco adattamento, pur non esenti da momenti di conflitto.

Un'altra categoria importante di benefici è quella che si riferisce alla salute degli abitanti. Il verde urbano è fondamentale per la qualità dell'aria, come pure come incentivo all'esercizio fisico; una pratica, questa, che costituisce un fattore di prevenzione di molte malattie e, in particolare, di quelle legate alla sedentarietà (come l'obesità). Inoltre, contribuisce al mantenimento di condizioni di benessere psicologico e di salute mentale, attraverso la riduzione degli stress, la possibilità di godere della solitudine in un ambiente esteticamente qualificato e di instaurare un rapporto con le specie non umane: quelle vegetali, ma anche animali, sempre più presenti come fauna spontanea, soprattutto negli spazi vegetati di ampie dimensioni. Oltre a ciò, la frequentazione o anche la sola visione del verde rappresenta un fattore che favorisce il recupero della salute psicofisica e l'accorciamento dei tempi di convalescenza per la popolazione che si trova in strutture ospedaliere (Ullrich 2002).

Nella città contemporanea è certamente aumentata la consapevolezza della complessità dei vantaggi legati alla adeguata dotazione di spazi verdi nel tessuto urbano. Tuttavia, gli agglomerati urbani presentano anche numerose sfide e problematiche che debbono essere affrontate per garantire una fruizione qualificata, sicura e soprattutto equa dei parchi. Fra tali sfide alcune sono legate all'evoluzione dei modelli economici e alla diffusione di politiche neoliberiste, che producono una spinta alla riduzione dell'intervento pubblico e a una sostituzione degli spazi pubblici a libero accesso con luoghi privati che generano profitto. La crisi delle finanze pubbliche e, in particolare, di quelle municipali rende difficile non solo l'ampliamento dell'infrastruttura verde, ma spesso anche l'ordinaria manutenzione dei parchi. Questo, a sua volta, ne provoca il peggioramento, la cui percezione scoraggia l'uso da parte della popolazione e aumenta invece le probabilità di insediamento di attività illegali. Da ciò si genera il rischio di un circolo vizioso, che faccia allontanare il pubblico dai parchi pubblici e favorisca invece – per chi se lo può permettere – la frequentazione di zone private che offrono in modo parziale e a pagamento alcune

opportunità legate al verde urbano: impianti per la pratica sportiva, aree aperte di ricreazione, zoosafari, parchi a tema, ecc.

#### 4. Le popolazioni dei parchi

Nonostante le difficoltà richiamate, secondo i dati dell'Istat, in Italia è aumentata, tra il 2011 e il 2016, la dotazione di verde urbano (+3,7%), con una copertura del 2,7% del territorio dei comuni capoluoghi di provincia / di città metropolitana ed una disponibilità pro capite di 31,2 mq. È inoltre aumentata tanto la forestazione urbana, quanto la superficie degli orti urbani: quest'ultima addirittura del 51%.

Più complessa è la valutazione della numerosità dei fruitori dei parchi urbani e della loro composizione. Specie quest'ultimo compito, infatti, richiede indagini specifiche sul campo ripetute su un vasto complesso di spazi e tempi. Ad ogni modo, fruitori dei parchi possono essere tra loro distinti in base a numerose variabili. Tra queste vi sono le caratteristiche socio-demografiche, come il genere, l'età, la nazionalità e la provenienza geografica; le variabili socioeconomiche e socioculturali, le condizioni di salute delle persone. Un'altra distinzione riguarda le modalità aggregative con cui ciascun parco è fruito: questo differenzia la frequentazione individuale, da quella di coppia, in piccoli gruppi, o in gruppi di maggiore dimensione. Così, ad esempio, in un'indagine realizzata su di un'area verde torinese (il parco Colletta), gli autori hanno distinto i gruppi nelle seguenti categorie: *extralarge* (più di 15 persone), *large* (da 10 a 15), *medium* (da 5 a 10), *small* (da 2 a 5) e, attraverso una serie di osservazioni, hanno valutato la proporzione dei diversi gruppi, notando anche come i gruppi più ampi richiedano una maggiore organizzazione interna e quelli di ridotta ampiezza abbiano caratteri informali. La dimensione dei gruppi è anche connessa alla natura delle attività che si intendono svolgere: i grandi gruppi spesso compiono attività sportiva organizzata (come *running*, ginnastica, *fit walking*, calcio), quelli medi possono dedicarsi al picnic, mentre i piccoli gruppi di familiari o amici spesso si riuniscono unicamente per passeggiare e conversare. Vi sono poi luoghi nel parco che favoriscono la formazione di nuovi gruppi o di relazioni interpersonali tra sconosciuti: tra questi possiamo collocare ad esempio le aree giochi per bambini, gli spazi per i cani, bar o chioschi con *dehors*.



Un utile approccio all'analisi dei fruitori dei parchi consiste nella distinzione tra diverse "popolazioni". Con questo termine, usato nell'accezione originariamente attribuita ad esso da Martinotti (1993), si intende indicare insiemi di soggetti che, al di là di ogni altro fattore di eterogeneità, sono accomunati da una specifica modalità d'uso del parco. In tal modo si possono distinguere, ad esempio, le seguenti popolazioni:

- soggetti al lavoro: per essi il parco è sede – interamente o in parte – della propria attività lavorativa (gestori di attività commerciali o ricreative, operatori ecologici, addetti alla cura della vegetazione, poliziotti, ecc.);
- soggetti in pausa-lavoro: persone che lavorano nei dintorni e trascorrono nel parco la pausa-pranzo;
- *habitués*: residenti nei dintorni che giornalmente frequentano il parco;
- soggetti in movimento: per essi il parco è solamente luogo di attraversamento in un tragitto casa-lavoro o casa-servizi;
- *park user*: abitanti in città o nei centri dell'hinterland che usano il parco solo in determinate occasioni (in genere nel week end) e/o frequentano servizi in esso ospitati, come gli impianti sportivi;
- turisti: soggetti provenienti da altri contesti, che visitano la città inserendo il parco nel loro itinerario come specifico punto di interesse.

Usando altri criteri di identificazione, si potrebbe dire che il parco è un ambito urbano di particolare interesse per le "popolazioni lente", ovvero per l'insieme dei soggetti che, per diverse ragioni (legate a condizioni fisiche, oppure derivanti da una scelta di stile di vita) si spostano nello spazio pubblico a bassa velocità (a piedi, in bici, in monopattino) e possono meglio cogliere e apprezzare i dettagli del paesaggio, le persone, le loro attività e le sensazioni suscitate dalla visita (Ciaffi e Mela 2013).

Tra le diverse categorie di frequentatori dei parchi urbani ve ne sono alcune che, in tempi recenti, hanno contribuito a modificare le loro funzioni e le pratiche che vi si svolgono. Tra queste vanno collocati alcuni tipi di *park user* e soprattutto i giovani che nel fine settimana lo frequentano per bere ed ascoltare musica (la cosiddetta pratica del *botellón*); i gruppi e le famiglie che nei mesi estivi vengono a prendere il sole, usandolo come una spiaggia urbana; i praticanti di nuovi sport, come il *parkour* (Ferrero Camoletto e Genova 2018).

Un altro fenomeno che in Italia ha contribuito notevolmente a modificare la fruizione dei parchi è rappresentato dall'aumento della presenza di stranieri (e di nuovi italiani di origine straniera). In molti casi essi sono portatori di

modalità d'uso degli spazi verdi che erano estranee agli italiani o erano state dimenticate. Tra queste, alcune si riferiscono ancora alla pratica sportiva (Genovese *et al.* 2018), come le partite di calcio organizzate da gruppi-latinoamericani in zone dei grandi parchi urbani, dove in linea di principio tale pratica non sarebbe ammessa. Altre invece consistono nell'uso domenicale dei parchi per grigliate; un uso, questo, tipico soprattutto di popolazioni dell'Europa orientale. In alcune situazioni queste pratiche possono entrare in contrasto con le abitudini consolidate o con i regolamenti comunali; esse, tuttavia, sono anche un fattore di cambiamento dello spazio pubblico e di creazione di legami sociali, tanto all'interno dei gruppi minoritari – che in tal modo mantengono un collegamento con le abitudini del paese d'origine –, quanto tra essi e la popolazione autoctona. Per quanto gli usi del parco restino differenziati tra “nativi” e stranieri, la loro stessa compresenza ha nel complesso un effetto inclusivo (Peters 2010).

Nell'analisi dei frequentatori dei parchi, un tema specifico riguarda quella riferita a spazi verdi di piccole dimensioni. Per questi, infatti, la ridotta superficie limita la varietà delle pratiche che vi possono svolgersi: tra queste prevalgono il riposo e la socializzazione, accanto alla cura dei bambini piccoli e alle passeggiate con i cani. Per alcuni aspetti, si potrebbe dire che i piccoli spazi verdi urbani, specie nelle zone a più alta densità, rappresentano un'appendice dello spazio domestico; alcuni di essi, pur essendo completamente aperti al pubblico, sono situati in forte prossimità di specifici gruppi di abitazioni, al punto di poter essere percepiti da chi vi abita come uno spazio semi-privato. Tuttavia, un approfondito studio sui piccoli giardini pubblici di Copenhagen (Peschardt *et al.* 2012) ha messo in luce come, in quella città, solo il 19% dei fruitori coinvolti nell'indagine vivano in un raggio di 300 metri, anche se la loro frequentazione è più intensa. Lo stesso studio ha evidenziato che l'età ed il genere rappresentano variabili essenziali che distinguono le ragioni della frequentazione: la popolazione anziana è più propensa a usare i parchi per riposare; quella giovane per socializzare. Anche la popolazione femminile, nel suo complesso, è maggiormente interessata a socializzare di quella maschile. Un'analoga indagine svolta nei piccoli giardini di Firenze ha evidenziato una più vasta gamma di attività e un maggiore interesse per la socializzazione (Chiesi e Costa 2017).

Infine, una modalità di relazione con il verde urbano che sta assumendo rilievo nelle città contemporanee è quella che coinvolge gruppi di cittadini

attivi, che non si limitano a frequentare i parchi, ma se ne prendono direttamente cura contribuendo alla loro manutenzione, animazione, riqualificazione. Questo rapporto con i parchi può darsi in vari modi, che vanno da forme di collaborazione con le amministrazioni stabilite attraverso patti formalizzati, a episodi di lotta per la “riconquista” da parte dei cittadini del verde pubblico. Per quanto concerne la prima modalità, si possono citare le esperienze che, in Italia, hanno origine con l’adozione da parte delle pubbliche amministrazioni di regolamenti per stabilire patti di collaborazione con i cittadini per la cura dei beni comuni; ad esempio, nel Regolamento per il verde di Roma Capitale, approvato nel 2018, l’intero Titolo III è dedicato al coinvolgimento del cittadino e ai patti di collaborazione (Labsus 2019). Per quanto riguarda, invece, la seconda modalità, si possono citare le pratiche di *guerrilla gardening*, interventi di coltivazione informale di spazi abbandonati della città da parte di gruppi e movimenti, intesi come forma di protesta attiva, ovvero l’occupazione da parte di cittadini di spazi destinati dalle amministrazioni ad altri usi e la loro trasformazione in parco. In questo caso l’intervento dei cittadini assume il carattere di “partecipazione insorgente”, come nel celebre caso dell’ex aeroporto di Tempelhof a Berlino (Hilbrandt 2017).

## 5. Casi studio

Alcuni riferimenti a casi studio possono essere utili per mettere in luce similitudini e differenze tra parchi urbani in epoche e contesti distinti.

Un primo esempio è il Parco del Valentino a Torino. La sua caratteristica è quella di un parco storico, oggi situato in stretta prossimità con il centro cittadino e considerato come uno dei luoghi a più alto contenuto simbolico per l’identità torinese. Esso si estende per circa 421.000 mq parallelamente al corso del Po ed è attraversato da numerosi viali, ormai quasi interamente pedonalizzati.

L’origine del toponimo “Valentino” risale già al Medioevo, ma per lungo tempo ha designato soprattutto il Castello, progettato nel ’600 da Carlo e Amedeo di Castellamonte come una delle residenze dei Savoia, e il suo intorno. Esso diviene parco pubblico nella seconda metà dell’Ottocento, con una sistemazione a verde su progetto dell’architetto francese Barillet-Deschamps, che lo concepisce come un giardino all’inglese, con uno specchio d’acqua (oggi

non più presente) usato d'inverno per il pattinaggio. Il Castello ed il parco sono sede di esposizioni dal 1829 al 1961; alcuni di tali eventi lasciarono anche delle importanti eredità permanenti, come il Borgo Medievale, costruito in occasione dell'Esposizione Generale Italiana del 1884 come compendio di elementi costruttivi e caratteri stilistici di castelli piemontesi e valdostani.

Tanto la morfologia del Parco, quanto la sua fruizione sono fortemente articolate. Attraverso un lavoro di osservazione e con l'uso di interviste da parte di un gruppo di ricercatori del Politecnico di Torino (Mela 2013) si è rilevato che il parco offre un complesso di parti socialmente diversificate in base ad un doppio asse nord-sud ed est-ovest. Più in dettaglio, si possono osservare i seguenti ambiti spaziali:

- un viale che corre lungo il perimetro del parco a nord e ad ovest e che funge da interfaccia con i quartieri circostanti e in particolare con quello di S. Salvario. Esso vede una grande commistione di usi e di popolazioni (studenti, popolazioni in transito, persone a passeggio col cane, ecc.), ma è anche luogo in cui è visibile lo spaccio di droga e che genera sensazioni di insicurezza nelle ore serali;
- una zona a Nord, con ampi spazi a prato circondati da alberi; essi sono poco frequentati nei mesi invernali, ma nella stagione calda divengono una sorta di "spiaggia urbana" con gruppi di persone che prendono il sole, ascoltano musica, leggono e giocano;
- un ambito centrale, attorno al Castello del Valentino e al Giardino Botanico, entrambi sedi universitarie, frequentato da studenti. Di esso fa parte anche una palazzina per le esposizioni;
- una zona adiacente, con spazi per i giochi dei bambini, attrezzi per la ginnastica, ambienti adatti a diverse pratiche sportive, come il pattinaggio a rotelle e lo skateboard. È anche presente un edificio che ospita il Circolo della Scherma;
- il giardino roccioso, uno spazio recintato di particolare valore paesaggistico, con un corso d'acqua, rocce e roseti, eredità di un evento legato alle celebrazioni di Italia '61. È questo uno spazio frequentato da famiglie, adolescenti, persone anziane, adatto soprattutto al riposo e alla contemplazione del paesaggio;
- l'area corrispondente alla sponda sinistra del Po, con il Borgo Medioevale, sede di storiche società remiere, "imbarchini" che offrono pasti e chioschi per spuntini all'aperto. In quest'area è possibile incontrare turisti in visita al

parco, che sostano nei punti di ristoro o percorrono un viale parallelo al Po a piedi o in bicicletta.



*Figura 1. Torino: Parco del Valentino e il Borgo medievale (foto dell'autore)*

Lo stesso alveo fluviale del Po può essere considerato come un'estensione del parco, in quanto è intensamente usato per il canottaggio; esso, inoltre rappresenta l'ideale congiunzione con la sponda destra, anch'essa a parco. Il Valentino, d'altra parte, si inserisce in un percorso verde che si snoda su entrambe le rive fluviali e che collega un complesso di zone a verdi fra Moncalieri (Parco delle Vallere), a sud di Torino, e S. Mauro, a nord, attraversando interamente la città capoluogo.

Nonostante la sua vicinanza al centro, il Valentino è sorto originariamente come zona di ricreazione esterna alla città e non ne rappresenta una centralità storica. In molti contesti dell'America Latina, invece, la piazza centrale della città contiene al suo interno un giardino attorno al quale trovano posto i simboli del potere religioso (la chiesa principale) e di quello civile (gli edifici governativi) (Low 2006).

Un esempio di piazza centrale con giardino, è la Plaza de la Constitución, detta anche il *zócalo* della città di Oaxaca, nel sud del Messico. Il suo valore dipende dal fatto di sorgere al centro di un Centro storico di origine coloniale (del XVI secolo), che nel 1987 è stato designato dall'Unesco come Patrimonio Culturale dell'Umanità. Progettata originariamente da Juan Peláez de Berrio,

la piazza divenne – a partire dal 1529 – il punto di riferimento per la pianificazione della città, ad opera di Alonso Garcia Bravo. Solo nella seconda metà dell'Ottocento furono piantati i primi alberi e all'inizio del 1900 assunse la forma di un giardino, con al centro un gazebo in muratura (Cruz 1997) utilizzato per concerti bandistici e altri eventi musicali.

Data l'integrazione tra giardino e piazza centrale della città, nel *zócalo* si mescolano molte funzioni, tra cui un mercato, attività commerciali e turistiche, spazi utilizzati per giochi, eventi legati alle funzioni religiose e a quelle civili ed anche manifestazioni di protesta, piuttosto frequenti negli ultimi anni.



*Figura 2. Oaxaca: il zócalo (foto dell'autore)*

Entrambi i casi ora esaminati sono esempi, sia pur differenti per contesto e funzioni, di giardini storici, i cui caratteri ed usi si sono modificati e stratificati nel tempo. Negli ultimi decenni del Novecento e all'inizio di questo secolo, invece, si può osservare come l'inserimento di spazi verdi abbia rappresentato un elemento essenziale nella progettazione di nuovi quartieri, sorti al posto di complessi industriali o di impianti dismessi.



*Figura 3. Torino: Parco Dora (foto dell'autore)*

In ambito torinese uno degli episodi più rilevanti del processo di trasformazione postindustriale della città (De Rossi e Durbiano 2006) è la costruzione della “Spina 3” e la creazione, al centro del nuovo quartiere, del Parco Dora. Esso si estende attorno a un segmento urbano del corso della Dora Riparia, che è stata riportata alla luce, dopo essere stata coperta per diversi decenni, per esigenze legate alle industrie che sorgevano in quello spazio. Il nuovo parco, completato nel 2014, ha dimensioni ampie e – quanto meno nelle intenzioni progettuali – rappresenta una sorta di luogo centrale, una “piazza alberata” destinata a connettere tra loro interventi edilizi di vario livello sociale e organizzati a blocchi di diversa forma, con una morfologia che non favorisce l’integrazione urbanistica.

Un uso diverso del verde è osservabile nel quartiere della Confluence, a Lyon, ancora in fase di ultimazione nella punta della penisola formata dalla confluenza tra il Rodano e la Saone. In questo caso il quartiere, mediamente destinato a ceti medio-alti e a funzioni di terziario superiore, ma con



*Figura 4. Lyon: La Confluence, Jardin d' Erevan (foto dell'autore)*

inserimenti anche di abitazioni pubbliche, è stato oggetto di un'accurata progettazione, con intervento di architetti di fama mondiale. Nella zona sinora realizzata il verde è presente, ma non è concentrato in un unico spazio di ampie dimensioni; è distribuito invece in vari punti del quartiere, con diverse caratterizzazioni (giardini inclusi tra le abitazioni, sponde fluviali, zona umida) e svolge il ruolo di un tessuto connettivo di buona qualità.

## Bibliografia

- Ahern J. (1995), "Greenways as a planning strategy", *Landscape and urban planning*, 33 (1-3), pp. 131-155.
- Belfiore E. (2014), *Il verde e la città: idee e progetti dal '700 ad oggi*, Roma, Gangemi.
- Borrelli N., Mela A. (2018), *Lo spazio del cibo. Un'analisi sociologica*, Roma, Carocci.
- Checker M. (2011), "Wiped out by the Greenwave: Environmental gentrification and the paradoxical politics of urban sustainability", *City and Society*, 23, pp. 210-229.
- Chiesi L. e Costa P. (2017), "Piccole aree Verdi in città. Una ricerca sociologica sull'abitare lo spazio urbano a Firenze", in Lauria A. (a cura di), *Piccoli spazi urbani. Valorizzazione degli spazi residuali in contesti storici e qualità sociale*, Napoli, Liguori, pp. 281-328.
- Ciaffi D. Mela A. (2013), "Slow populations and the tourism", in Serrelli S. (a cura di), *City Project and Public Space*, Heidelberg-New York, Springer, pp. 289-308.
- Costanza R. et al. (1997), "The value of the world's ecosystem services and natural capital", *Nature*, 387, pp. 253-260.
- Cruz R. (1997), *El zócalo de Oaxaca y su entorno*, Oaxaca, Gobierno del estado de Oaxaca.
- De Rossi A. e Durbiano G. (2006), *Torino 1980-2011: la trasformazione e le sue immagini*, Torino, Allemandi.
- Ellin N. (1996), *Postmodern Urbanism*, Cambridge (MA), Blackwell.
- Ferrero Camoletto R. e Genova C. (2018), "Le nuove pratiche sportive urbane", in Bondonio P., Dansero E. e Genova C. (a cura di), *La città e lo sport. Torino 2015 e oltre*, Milano, Franco Angeli, pp. 173-190.
- Genovese C., Mela A. e Novascone R. (2018), "I migranti e lo sport come pratica urbana", in Bondonio P., Dansero E. e Genova C. (a cura di), *La città e lo sport. Torino 2015 e oltre*, Milano, Franco Angeli, pp. 191-216.



- Hilbrandt H. (2017), "Insurgent participation: consensus and contestation in planning the redevelopment of Berlin-Tempelhof airport", *Urban Geography*, 38(4), pp. 537-556.
- Howard E. (1902), *Garden Cities of To-morrow*, London, Swan Sonnenschein.
- Lambertini A. (2006), "I parchi-margine: una *specie* di parco per i paesaggi urbani contemporanei", *Ri-Vista Ricerche per la progettazione del paesaggio*, 4, 6.
- Labsus (Laboratorio per la sussidiarietà) (2019), "Novità a Roma! Patti di collaborazione per la cura del verde", <https://www.labsus.org/2019/01/novita-a-roma-patti-di-collaborazione-per-la-cura-del-verde/>.
- Low S. (2006), "Transformaciones del espacio público en la ciudad latinoamericana: cambios espaciales y prácticas sociales", *Bifurcaciones*, 5, pp. 1-14.
- Martinotti G. (1993), *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino.
- Mela A. (2013), "Torino. Il Parco del Valentino", in Mazzette A. (a cura di), *Pratiche sociali di città pubblica*, Roma-Bari, Laterza.
- Millennium Ecosystem Assessment (2005), *Ecosystems and Human Well-Being: Current State and Trends*, Washington (DC), Island Press.
- Moore R.C. (1986), *Childhood's Domain. Play and place in child development*, Berkeley (CA), MIG Communications.
- Nelson C. (2013), "English Pleasure Gardens", <https://www.18thcenturycommon.org/english-pleasure-gardens/>.
- Pazzini F. (1993), *Per i piaceri del popolo*, Bologna, Zanichelli.
- Peschardt K.K, Schipperijn J., Stigsdotter U.K. (2012), "Use of Small Public Urban Green Spaces (SPUGS)", *Urban Forestry & Urban Greening*, 11, pp. 235-244.
- Peters K. (2010), "Being together in urban parks: Connecting public space, leisure, and diversity", *Leisure Sciences*, 32(5), pp. 418-433.
- Pianigiani O. (1907), *Vocabolario etimologico della lingua italiana*, Roma, Società editrice Dante Alighieri.
- Rupprecht C. D., Byrne J. A. (2014), "Informal urban greenspace: A typology and trilingual systematic review of its role for urban residents and trends in the literature", *Urban Forestry & Urban Greening*, 13(4), pp. 597-611.
- Sennett R. (1990), *The Conscience of the Eye. The Design and Social Life of Cities*, New York, Knopf; tr. it. Milano, Feltrinelli, 1992.
- Turner T. (2006), "Greenway planning in Britain: recent work and future plans", *Landscape and urban planning*, 76, pp. 240-251.
- Ulrich R. S. (2002), "Health benefits of gardens in hospitals", in *Paper for conference, Plants for People International Exhibition Floriade*, 17(5), p. 2010.

# P Ponti. Luoghi di confine e sutura

di Gilda Catalano<sup>1</sup>

Le qualità di bellezza, audacia e funzione rappresentano una triade fondante la genesi dei ponti, variabilmente dosata a seconda dei periodi. Con l'evoluzione di tecniche e materiali questa combinazione assume un tocco stilistico sempre più leggero e aerodinamico senza tuttavia sminuire il fondamento di logicità e finezza che permea l'espressione strutturale e culturale dei ponti antichi. Nelle loro trasformazioni storiche resta una costante accomunante, che è più della mera metafora dell'*attraversamento*: i ponti rappresentano formalmente le cuciture, ancor più della strada, delle fratture tra territori che resterebbero altrimenti frammenti sparsi. Qui trattiamo del modo in cui questa loro funzione, non solo economico-politica ma culturale, è stata storicamente espressa.

*Beauty, boldness and function represent a basic triad in bridges' history, changing according to specific periods. Thanks to more and more complex techniques and materials, this historical mixture reaches an increasingly light and aerodynamic style without, however, diminishing the logic and the refinement expressed by the structural and cultural forms of ancient bridges. Bridges' evolution shows a constant common factor, which overcomes the recurring metaphor about their beings as simple crossings. In fact, even more than the roads, they symbolize the seams of the spatial fractures among territories which, otherwise, would remain scattered fragments. I deal with this role both of separation and union – which is not only an economic-political one but cultural too – and I expose how it has been historically expressed.*

## 1. Storia

Nel testo *Ponte e Porta* Simmel scrive: «Gli uomini che per primi segnarono un cammino tra due luoghi portarono a termine una delle più grandi imprese dell'umanità: essi potevano andare e venire da entrambi i luoghi, avendoli collegati per così dire in modo soggettivo» (Simmel 2011:2). Se in Simmel è

<sup>1</sup> Gilda Catalano è professore associato presso l'Università della Calabria, studia gli spazi urbani, le loro reti territoriali e la loro costituzione secondo forme ecocompatibili.

prerogativa della facoltà umana creare connessioni ove prima vi erano distanze, allora progettare un Ponte significa materializzare cuciture territoriali dove vi sono segni interrotti: «Per noi esseri umani, e soltanto per noi, le sponde del fiume non sono semplicemente esterne ma anche separate; e questo concetto di separazione non avrebbe alcun significato se non le avessimo prima collegate nei nostri pensieri rivolti a un fine, nei nostri bisogni e nella nostra fantasia» (Simmel 2011:2).

Malgrado quanto scritto da Simmel, non è scontato che rendere visibile e continuativo un cammino mediante la costruzione di un ponte rafforzi l'unione tra rive opposte. Può compiersi l'effetto contrario, ovvero accentuarsi una distanza. Se la metafora simmeliana della Porta, con la sua apertura o chiusura, implica la scelta su un atto che può essere di entrata o di uscita, il Ponte resta invece sospeso in un intermezzo tra i due. È il gesto prima immaginifico e poi progettato che diventa manufatto concreto, la cui forma permanente ha una specifica figurabilità e traducibilità per i passanti. Oggetto di questo scritto è raccontare come lo stretto legame tra i ponti e le loro specifiche forme abbia creato, di volta in volta, anche vie di suture o di fratture.

Gli intrecci di corde, vimini e bambù sono le prime modalità per passare sui vuoti tra un luogo e l'altro: percorsi tuttora frequenti in molte zone del Sud America e del Sud-Est Asiatico – come il Ponte di bambù sul Serayu a Giava del 1940 o i Ponti indiani in fibre naturali a Srinagar del 1700 – benché presenti ovunque. Meno durevoli sono i ponti in legno, e tra questi il Ponte romano di Sublicio (oggi Ponte Aventino, ricostruito tra il 1914 e 1917) del VII secolo A.C., lungo circa 105 metri, su cui si narra che Orazio Coclite abbia combattuto da solo, vittorioso, contro gli Etruschi. Pare che i Romani avessero appreso l'arte dell'arco da una sapiente casta etrusca collegata col divino e dedicata alle costruzioni sacre: da qui il termine *pontem facere* a indicare la figura del *pontifex*, il costruttore di ponti tra la Terra e il Cielo.

I ponti di pietra più noti dell'antichità appartengono all'Impero Romano, tra cui si rammenta il Ponte di Augusto sul fiume Nera, nei pressi di Narni, dall'ampia arcata, cioè di luce, di 32 metri. Nel *De Bello Gallico* sono riportati altri ponti famosi, come quello della spedizione di Traiano contro i Daci, un ponte fortificato sul Danubio con 20 piloni di muratura e arcate in legno di circa 55 metri di luce, che per i suoi 1135 metri rimase il ponte ad arcate più lungo al mondo per secoli. Ben conservato resta l'ingegnoso acquedotto *Pont du Gard*, del 50 D.C., con 50 metri di altezza. È innegabile che i Romani

fossero dei fini ingegneri, anche per via delle necessità espansive dell'Impero: sperimentarono con successo la *pozzolana*, un composto di argilla vulcanica facente le veci del cemento (Troyano 2006).

Questa finezza è presente pure nei costruttori cinesi, il cui impero ha attraversamenti della cui pervasività Marco Polo tratta a metà del 1200. Qui i ponti più longevi ad arco ribassato in pietra restano lo *Zhaozhou*, costruito tra il 581 e il 618 dalla dinastia Sui; il *Lugou Bridge* (o Ponte di Marco Polo) del 1189, ripreso nel 1698 dalla dinastia Qing; l'*Anping Bridge*, ponte in pietra del 1151 con un percorso di quasi due chilometri nell'area di Quanzhou. In Turchia a Izmir resiste il Ponte chiamato *Caravan*, del 850 A.C., mentre il Ponte greco *Kamarza* a Arkadiko (1300-1200 A.C.), dall'arco a mensola di architettura micenea, è uno dei ponti più antichi ancora usati.

I ponti sono una necessità economica e politica per i grandi imperi ma non vanno scordati anche i periodi bui della loro storia. Con la caduta dell'Impero Romano, e per difendersi dalle invasioni dei popoli del Nord, vengono purtroppo abbattuti molti ponti. Restano nel Devon un Ponte a travata di pietra del 1100 sul fiume *East Dart* e in Italia il Ponte della Maddalena sul fiume Serchio presso Borgo a Mozzano; quest'ultimo rientra fra i ponti di pietra dell'anno Mille, ribattezzato secondo lo spirito del tempo *Ponte del Diavolo*, poi ricostruito nel 1300.

Dopo le incursioni barbariche, i ponti ad arco ribassato tornano a essere edificati nel tentativo di recuperare i perduti spazi di mercato. Ricompaiono come presidi territoriali e costruzioni di guerra. A erigerli sono spesso le confraternite religiose e i signori locali, ai quali bisogna pagare il pontatico, una sorta di pedaggio che tutela il transito delle merci. Un prototipo di ponte di guerra del tempo è il francese *Pont Vieux d'Espalion*, dagli archi ogivali, così delineati già alla fine dell'ottavo secolo: ciò testimonia come non bisogna attendere le conoscenze ingegneristiche importate dalle Crociate per usare gli archi ad ogiva (Troyano 2006). Di questa gamma fanno parte il Ponte dei Saraceni già dal IX secolo ad Adrano e il Ponte di Antiochia del 1131, detto dell'Ammiraglio, a Palermo.

Tra i ponti tardo-medievali di presidio meritano di essere citati: il francese *Pont Vieux* a Orthez del 1254, con una fortezza al centro, un arco grande da un lato e due arcate più ridotte dall'altro (chiamato pure Ponte dei Preti per aver visto gettare dei prelati nelle guerre di religione); il *Pont Valentré* a Cahors del 1313 dalle alte torri; lo spagnolo *Puente de Besalú*, costruito a zig-zag nel

XI secolo per facilitarne la difesa; il *Puente de Alcántara* del 1212 e il *Puente de San Martín* del 1380, entrambi sul Tago a Toledo. Emblematico a Saragoza è il *Puente de Piedra*, con la vicina basilica, sebbene più tardivo poiché risale al 1437.

Di questa stagione in Italia sono rappresentativi il Ponte Castel Vecchio a Verona del 1356, il Ponte Coperto a Pavia del 1351-55, costruito sui ruderi del ponte romano (rifatto nel 1949-51), l'esplicito Ponte di guerra che è il Nomentano sull'Arno, ripreso nel 1205 e nel 1433, il Ponte San Francesco a Subiaco, con la torre di guardia del 1356, e il già citato Ponte sul Nera a Narni.

In genere i ponti mediterranei hanno un piglio più grintoso – poiché spesso presidi militari – dei ponti inglesi che, invece, riprendono il taglio delle chiese e sono memorabili per avere una cappella, come sul *Monnow Bridge* a Monmouth del 1272 e sull'*Elvet Bridge* del 1160-70. Questa stilizzazione dipende dal fatto che i costruttori anglosassoni sono sovente architetti di cattedrali (Blockley 2010).

In Europa, nella fase tardo-medievale vi sono essenzialmente due tipi di ponti: quelli ereditati dai romani con archi arrotondati, benché mutati negli ornamenti soprattutto in Spagna, e quelli ad arco a sesto acuto. Questi ultimi, meno imponenti dal punto di vista ingegneristico, risultano più eleganti dal punto di vista estetico.

Oltre agli archi ogivali, un terzo tratto del periodo è l'uso degli archi a costoloni, sequenza di archi separati. Ad esempio il Ponte Carlo, iniziato nel 1357 a Praga, ha una quantità di archi elevata per il periodo, così come l'abitato Ponte Vecchio sul fiume Nahe a Bad Kreuzenach, in Renania. D'altronde molto dipende dalla disponibilità di pietre *in loco*; e difatti in paesi come la Persia la mancanza della materia prima spinge i costruttori a far salire l'arco nel punto più alto.

Man mano che lo spazio del commercio rinasce in Europa aumentano i ponti, che da punti di scambio mutano in luoghi abitati. Se i ponti del Medioevo sono nodi militari e di commercio, i ponti del primo Rinascimento sono spesso piazze urbane vissute. Non va eluso il Ponte Vecchio di Firenze, dalle antiche origini: ricostruito con travi in rovere nella seconda metà del X secolo, e poi verso il 1345 integrato con piloni in muratura a tre valichi. Ha tre archi di luce pari a 28,7 metri e una freccia di 4,2 metri, mentre la sua arcata supera per ampiezza quella dell'altrettanto noto Ponte di Rialto del 1591, anch'esso in muratura ad arco ribassato ma con una luce di 27 metri (Troyano 2006).

Così, in questo periodo, in Italia viene ripresa l'arte del ponte di matrice romana ma in versione cristianizzata e arricchita di elementi decorativi: ad esempio, anche se in anticipo sui tempi, il Ponte alla Paglia a Venezia del 1360, con il suo stile tardo gotico, è già un proto-esempio di ciò che sarà la stilizzazione dei ponti pedonali nel secolo successivo. Tra i ponti italiani rinascimentali che riprendono i precedenti, ma con nuovi arredi, si ricordano: il Ponte Curvo del 1501 vicino Aquino; il Ponte San Giobbe del 1533 a Venezia (ribattezzato Ponte dei Tre Archi e oggi dedicato a Valeria Solesin, vittima dell'attentato al Bataclan parigino del 2015) e i tanti ponti pedonali dei mercanti veneziani; il Ponte della Santa Trinità sull'Arno del 1567-71, disegnato da Ammannati; i ponti coperti veneti progettati dal Palladio; il Ponte di Mezzo a Pisa, finito nel 1660. In Francia il primo Ponte in pietra di Parigi con abitazioni è *Nôtre-Dame*, del 1500-1507, mentre il suo primo ponte in pietra senza edifici è il *Pont Neuf*, ultimato nel 1607 (Dani 1988).

Celebre è il già menzionato Ponte di Rialto del 1588-1591, realizzato da Antonio e Tommaso da Ponte, non solo perché contiene delle botteghe lungo la carreggiata – delineando così uno spazio pubblico condiviso – ma anche perché incarna la struttura urbanistica veneziana. La data del 1591 si rifà all'impianto progettuale per come oggi appare. All'inizio il primo passaggio sul Canal Grande è costituito da un ponte di barche, ma il crescente ruolo del mercato di Rialto ad est del Canal rende necessario sostituire il ponte galleggiante con uno di legno verso il 1250: la struttura, costituita da due rampe inclinate convergenti in una sezione centrale mobile, è sollevabile per consentire il passaggio delle navi più alte. Da qui il nome di Rialto. Salgono pian piano a circa 400 i ponti che tessono la maglia insulare di Venezia, trasformandola in rete urbana. Per come traspare da *Il Milione* di Polo, questo dato riconduce alla condivisione della Serenissima con le regioni cinesi per quanto concerne le tecniche di pontificazione – oltre che evocare la trama urbana connotante le città mercantili del tempo, *in primis* Amsterdam, dagli attuali 1200 ponti.

Bisogna attendere il 1700 per le prime opere in ghisa. Non si esclude l'ipotesi che i cinesi abbiano preceduto il continente europeo con i primi ponti a catene in metallo a metà del 1600.

I ponti del Settecento in Europa sono usualmente arredati con segni monumentali, tesi a celebrare il potere dei monarchi e delle nascenti Nazioni. Ciononostante, per la commistione di rigore e eleganza dei suoi cinque archi

ellittici senza troppi ornamenti, si può affermare che il parigino *Pont Royal* del 1685-87 ispira molti dei ponti del secolo successivo (Blockley 2010).

Il XVIII secolo è soprattutto il secolo della sistematizzazione dei Trattati sui Ponti, e la loro costruzione è sempre più affare di un potere statale e pubblico. Sono i francesi a cimentarsi con Henri Gautier nel 1714, con Claude Antone Couplet nel 1730, con la fondazione dell'École *Royale des Ponts e des Chaussées* nel 1747, guidata dall'ingegnere Jean-Rodolphe Perronet, e poi con Charles Coulomb nel 1773. Perronet porta a termine il *Pont de la Concorde* a Parigi nel 1791 che ha luci di 31,2 metri e un rapporto freccia-luce pari a 1/8. È sostanzialmente un ponte ad arco in muratura e ivi appare il riuso delle pietre provenienti dalla distrutta Bastiglia.

L'esperienza maturata da questi manufatti trova un'ulteriore sistematizzazione nei trattati di Gabriel Lamé e Émile Clapeyron del 1824. A questi si ispira nel 1827 la costruzione da parte di un architetto italiano dell'omonimo Ponte Mosca sulla Dora Riparia a Torino: il suo ponte ad arco ribassato in muratura ha una luce di 55 metri, una freccia di 5,5 metri e una larghezza di 13,70 metri (Dani 1988).

È opera degli inglesi Thomas Farnolls Pritchards (sostituito poi da Darby) e John Wilkinson la realizzazione del primo ponte ferroviario in ghisa sul fiume Coalbrookdale nel 1775-1779. Si è in piena Rivoluzione Industriale. È noto come l'*Iron Bridge*, inaugurato nel 1782 e oggi patrimonio dell'Unesco. Il suo impalcato ferroviario regge su cinque arcate parallele e ha 378 tonnellate di ghisa. I materiali non sono ancora longevi ma il ponte resiste a molte esondazioni prima di essere escluso dalla circolazione veicolare nel 1934. È da rammentare come l'area circostante, ricca di materiali ferrosi, promuova i collegamenti per le nascenti industrie.

Così nell'Ottocento maturano i primi durevoli ponti in ferro, grazie all'innovazione nel campo dei materiali metallici. Un'impresa storica è espressa dal *Menai Strait's Bridge* del 1826, sostenuto da catene con anelli piatti in ferro battuto, concepito da Thomas Telford per condurre il bestiame dall'isola di Anglesey alla terraferma; accanto ad esso, nel 1850 Robert Stephenson progetta il *Britannia Bridge*, struttura in ferro tubolare con piloni in muratura, mentre Gustave Eiffel termina nel 1884 il *Viaduc de Garabit* sul fiume Truyère, lungo 565 metri, con 165 metri di luce e alto 122 metri. Capolavori del tempo sono il *Clifton Bridge* del 1864, che sta in una stretta gola sul fiume Avon, e lo scozzese *Forth Rail Bridge* del 1890, lungo più di due chilometri.

Quest'ultimo, patrimonio Unesco dal 2015, ha un percorso costruttivo accidentato e ha richiesto l'uso di circa 55.000 tonnellate di acciaio provenienti dalle industrie gallesi e scozzesi.

A Oporto, nel 1886, viene completato il Ponte ad arco in ferro *Dom Luíz I*, mentre negli U.S.A. il *Brooklyn Bridge* del 1883 di John Augustus Roebling, con i suoi 486 metri di punto luce, batte un nuovo primato. Nel 1888 il Viadotto ferroviario *De Conchi* sul fiume cileno Loa ha il record di essere ben 3048 metri sopra il livello del mare.

Non vanno dimenticati i ponti metallici italiani. Ponti sospesi a catene furono costruiti dai Borboni: si ricorda il Ponte a catenaria d'acciaio dedicato a Ferdinando II sul fiume Garigliano del 1832. Dopo l'Unità di Italia, cruciale per il trasporto fluviale delle merci è il Ponte ferroviario di Calusco sull'Adda, del 1889.

## 2. Architettura del Novecento

Se l'Ottocento è il secolo dei ponti metallici ferroviari, perni della galoppante industrializzazione, il Novecento vede l'intensificarsi degli scambi su gomma. I ponti creano uno spazio interconnesso con strutture che diventano – oltre che più velocemente percorribili – icone architettoniche. La sperimentazione di nuove tecniche costruttive produce diverse espressioni stilistiche e mescolanza di differenti materiali. In base allo schema statico e ai materiali è possibile avanzare le seguenti tipologie (Dani 1988).

In una prima rientrano i ponti sospesi con cavi metallici, maggiormente usati per coprire le luci maggiori. L'impalcato è sorretto da pendini verticali che trasferiscono il carico ad una coppia principale di funi fissate al suolo. Nella prima fase del Novecento vanno annoverati il *George Washington Bridge* del 1931-32, con luce massima di 1067 metri, e il *Golden Gate* del 1933-1937 (il ponte sospeso più lungo del periodo, lungo 2,73 Km e 67 metri sopra il livello dell'acqua), memorabile per il vivido colore arancio, richiamante quello dell'aeronautica, e perché detiene un triste primato di suicidi. Del 1964 è il *Verrazzano Bridge* che collega Brooklyn a New York, con luce massima di 1298 metri; del 1981 l'*Humber Bridge*, con luce massima di 1410 metri; del 1987 il *Fatih Sultan Mehmet* sul Bosforo a Istanbul; del 1988 il giapponese incastro dei *Seto Ohashi Bridges*, lunghi circa 10 Km. Del 1997 il *Tsing Ma Bridge* che



collega Hong Kong alle isole vicine, importante per il traffico ferroviario e noto per essere stato inserito in un video gioco. Del 1998 il danese *Great Belt Link East Bridge* con una campata sospesa di 1624 metri; del 1998 l'*Akashi Kaikyo Bridge* a Kobe, con una campata di 1991 metri. Particolare, perché incastrato tra il 41esimo e 42esimo piano di due grattacieli, è lo *Skybridge* metallico dalle imponenti *Petronas Twin Towers* a Kuala Lumpur, del 1998.

Una seconda tipologia comprende i ponti di cemento armato e armato pre-compresso, misti ad acciaio. François Hennebique, inventore del calcestruzzo armato, fa costruire il Ponte Risorgimento sul Tevere nel 1911, ad arco ribassato; del 1912 è il Ponte dal lunghissimo nome *Knights Key-Pigeon Key-Moser Channel-Pacet Channel*, che, dopo un uragano, è ricostruito nel 1982 a poca distanza col nome di *Seven Mile Bridge* e oggi collega con corsie ciclo-pedonali e stradali la Florida alle isole Keys. Nel 1930 si rammenta il Ponte svizzero ad arco *Salginatobel*, interamente in calcestruzzo, ad opera di Robert Maillart. Nel 1962 Riccardo Morandi realizza il Viadotto Bisantis a Catanzaro. Del 1974 è il Ponte brasiliano *Rio-Niterói*, di 13 Km, il ponte più lungo in calcestruzzo dell'emisfero sud. Sono dunque vari i ponti ad arco in calcestruzzo, come il Ponte *Sandö* a Stoccolma del 1943 e il *Wanxian Yangtze Bridge* del 1997.

Una terza tipologia riguarda i ponti a trave, travata e telaio, che aumentano dopo il 1960. Sono idonei a coprire le luci minori e di solito composti da una o più sistemi di travi. È del 1963 l'*Europabrücke*, che collega con la sua trave continua a 6 campate il Brennero con Innsbruck, mentre dal 1969 v'è il Viadotto sul Lao dell'autostrada Salerno-Reggio Calabria.

Di una quarta tipologia fanno parte i ponti ad arco metallici, che possono essere a via superiore (con impalcato in alto) o inferiore (con impalcato sottostante). Si ricorda il *Sydney Harbour Bridge* del 1932, attuale meta di *free-climbers*, che emula il modello newyorkese dell'*Hell Gate Bridge* del 1912. Ne fanno parte anche i ponti ad arco metallici con struttura reticolare come lo statunitense *New River Gorge* del 1977, con luce massima di 518 metri.

In una quinta vi sono i ponti strallati, divenuti numerosi dopo 1980. È Franz Dischinger, a metà 1900, a proporre una configurazione con stralli di acciaio e catene di sospensione, conferendo loro una minore deformabilità, una maggiore staticità e libertà strutturale. Il peso è trasferito alle antenne attraverso dei cavi tesi, stralli, che trasmettono i carichi provenienti dall'impalcato alla sommità di queste. Si ricordano tre ponti strallati in cemento armato precompresso di firma italiana: il viadotto Polcevera di Morandi del

1963-1967 a Genova, crollato nell'agosto del 2018; suoi sono anche il ponte *General Rafael Urdaneta* del 1962 nella baia venezuelana di Maracaibo e il ponte libico *Wadi al-Kuf* del 1971. In Europa, il ponte strallato in calcestruzzo di *Ganterbrücke* sul Canton Vallese in Svizzera del 1980 e il *Pont de Normandie* del 1988-1995, con luce massima di 856 metri. Invece, l'acciaio è il materiale prevalente dell'*Alamillo Bridge* a Siviglia, con 220 metri di luce, inaugurato da Calatrava per l'*Expo* del 1992, come anche nell'*Yangpu Bridge* del 1993 a Shanghai, con 602 metri di punto luce e nel giapponese *Tatara Bridge* del 1999, avente 890 metri di punto luce.

È da sottolineare che nel Novecento, benché superati, i secolari ponti ad archi in muratura continuano ad essere costruiti ovunque: così rammenta il cinese *Danhe Bridge*, con una luce di 146 metri, completato nel 2000 e tuttora tra i più lunghi.

### 3. Funzioni sociali

Ogni fase storica ha i propri ponti-icone, differenziabili per funzioni, stili e materiali, ma è pur vero che gli aspetti simbolici e culturali richiamati dai ponti sono un amalgama di questa triade non sempre rispecchiante il corrispettivo momento sociale. È però possibile fornire degli esempi di diversa traducibilità delle sue forme per periodo e area, nella consapevolezza che ogni espressione evoca non solo modi diversi per attraversarlo (pedonale, ferroviario, autostradale), ma anche una specifica mescolanza tra usi, componenti estetiche e rappresentazioni in chi lo cammina. Richiamando parzialmente alcune delle figure sul ponte elaborate da Cassani (2014), qui si sintetizzano tre funzioni essenziali in essi ricorrenti e che danno vita ai ponti abitati, ai ponti che saldano e a quelli che distanziano.

La quintessenza del ponte vissuto è il ponte abitato. Spiccano i ponti abitati di ieri come l'*Old London Bridge* e il fiorentino Ponte Vecchio. Ripreso nel 1176 l'*Old London Bridge*, con palazzi che si levano quasi su sette piani, è il cuore del commercio londinese e la piazza delle impiccagioni. Resiste quasi inalterato fino al 1761 quando si comprende che l'antica costruzione non è più capace di fronteggiare gli intensi traffici sul Tamigi e le abitazioni vengono rase. Riguardo al Ponte Vecchio, nel 1442 l'autorità cittadina impone ai macellai di riunirsi in botteghe sul ponte per isolarli dai palazzi del centro, e

evitare le maleodoranti tracce lasciate dai beccai nel trasportare gli scarti delle carni. Così il ponte diviene il mercato della carne ed i beccai, divenuti proprietari delle botteghe, aggiungono delle stanze puntellandole con pali di legno; nel 1593 queste botteghe sono sostituite dai negozi di orafi e argentieri. Altri noti esempi di ponti vissuti sono: il *Pulteney Bridge* a Bath, finito nel 1774 da Robert Adam in stile Palladiano, che ha ancora negozi su ambedue i lati, i Ponti parigini della *Cité* vicino *Nôtre-Dame*, che sono pure piazze di raccolta dei *Bouquinistes*, e infine il *Pont Au Change*, ove si mutano le monete ed i cui edifici vengono demoliti nel 1786. Ci sono i Ponti con sopra un castello, come a Chenonceaux, nel 1513, o quello di Galata, del 1854 a Istanbul, tuttora con café e negozi di pesce. Sono inseribili in questo elenco i 1600 ponti coperti del mondo, ribattezzati *ponti dei baci* poiché sono un nido-rifugio, non solo dalle intemperie, per come evoca il film *I ponti di Madison County* del 1990. Il più antico d'Europa è il Ponte Coperto della Cappella a Lucerna, del 1300 circa.

Benché mai abitati esistono i ponti vissuti dalle utopie degli architetti: del futuro ecologico di Paolo Soleri, della città-ponte nei disegni di Wright, delle case sospese sui *pilotis* di Le Corbusier, ove si passa sotto e sopra gli edifici. Oppure i ponti appropriabili dal sogno, come quello musicale di Avignone (il *Pont Saint-Bénézet*) del 1185 e quello cinematografico del *Pont-Neuf* del 1607; o ancora popolato dall'incubo come il veneziano del 1603, chiamato Ponte dei Sospiri perché i condannati a morte vi passano sospirando un'ultima volta.

Infine, e forse più abitati, restano i *ponti di sotto*, che raccolgono l'anima sotterranea della città, quelli dei "senza fissa dimora", il cui numero è attualmente crescente: basti ricordare l'espulsione dei giovani abitanti dei quartieri di Oosdorp e Bijlmermeer dopo i processi di rigenerazione nella Amsterdam degli anni Novanta.

Anche per la tipologia dei ponti che saldano sono deducibili varie declinazioni.

In una prima, di origine antica, si citano i ponti che mediano fuori dalla città: lo sono quelli di Roma, che connettono politicamente l'impero marcandone la forza, ma pure mescolando popoli fra loro.

In una seconda declinazione vi sono i ponti permeabili, cioè vie costruite a melodia ove da una sponda è visibile o intelligibile quanto accade sulla riva opposta. Sono porte aperte che lasciano vedere cosa avviene all'orizzonte, come fanno i più recenti Ponti di Dresda, il Ponte Carlo a Praga, il Ponte mobile *Kattwykbrücke* di Amburgo, che collega dal 1973 il quartiere Moorburg all'i-

sola di Wilhelmsberg, oppure come il Ponte pedonale metallico di *Pythonbrug* a Amsterdam, dal 2001.

In una terza rientra l'incastro tra luoghi dalle varie scale spaziali in cui si entra attraversando un ponticello pedonale in legno o in pietra: un mondo nascosto nel mondo. Ne fanno parte i ponti giapponesi, che incastonano oasi verdi con giochi d'acqua dentro l'affollato spazio urbano. Esempio è il quartiere finanziario di Chūō a Tokyo, ove il *Ponte Nihonbashi* collega dal 1603 le due rive dell'omonimo fiume e dal 1911, grazie alla rivitalizzazione di Tsumaki Yorinaka, ha mutato la precedente struttura di legno in un telaio di acciaio, divenendo oggi un ponte incluso dentro sopraelevate più alte. Nota la rievocazione pittorica del 1857 di Hiroshige, che tratteggia una veduta parziale del *Ponte Nihonbashi* in una prospettiva di lontananza (Cassani 2014). In questo incastolare lo spazio privato all'interno del pubblico i ponti pedonali giapponesi – forse più dei cinesi – incarnano i luoghi del sostare: la sospensione come forma di meditazione o di riposo (Heidegger 2018). Abitudine che contagia gli Europei di fine Ottocento, come esprimono i dipinti di Monet nei *Giardini di Giverny* del 1899; e gli statunitensi con i passaggi di Frank Lloyd Wright conducenti ad una dimora: si rammenta la sua casa Kaufmann del 1935-39 in Pennsylvania, nota come *Fallingwater*. Si tratta di attraversamenti che vanno verso una dimensione quasi onirica. Evocano la magia dei ponti levatoi di ieri, aprenti sul maniero del Principe per come testimonia oggi il Ponte scozzese in pietra a tre archi ribassati di *Eilean Donan* del 1220. Ma ne fanno parte pure alcuni ponti contemporanei che permettono ai passanti di transitare dallo spazio urbano all'interno di uno occultato tra parchi e foreste, come l'*Henderson Waves Bridge* a Singapore, del 2008.

Oltre che mediare orizzontalmente sia tra spazi interni che fuori dalla città, vi è una quarta declinazione di ponti unificanti in verticale: l'unione tra il cielo e la terra (il primo rimando va all'*arc-en-ciel*) e tra la terra e il sottosuolo. Nel primo caso si tratta delle *promenades* sulle vette. È del 2014 il Ponte svizzero *Peak Walk*, che porta da una vetta alpina all'altra tra i cantoni di Vaud e di Berna. Lungo 107 metri, a quasi 3000 metri di altezza, è il secondo ponte pedonale sospeso più alto del mondo: può sostenere fino a 300 persone ed è in grado di sopportare una velocità del vento di 250 Km/h. Benché non di vetro, rientra nella tradizione di architettura alpina del secolo scorso, di cui oggi si hanno varie testimonianze in forma turisticizzata, soprattutto nei paesi asiatici. Tra queste icone di vetro, estremizzazioni della *promenade*, si annovera

il Ponte *Hongyagu* in Cina, il ponte di vetro più lungo del mondo, che guarda su un canyon profondo oltre 230 metri, lungo 488 metri e composto da 1077 lastre; è un ponte turistico meno terrificante dell'altro simile, l'*East Taihang Bridge* nella provincia di Hebei, alto 1180 metri.

Ma il ponte non slancia solo verso il cielo: è anche unione con la profondità oscura (Cassani 2014). Fra quelli che segnano, non solo un alto numero di "senza tetto", ma anche di suicidi v'è il *Brooklyn Bridge*, che contende il triste primato al *Golden Gate* di San Francisco.

Vi è una quinta declinazione di ponti che saldano: quelli che fraseggiano. Essi rafforzano l'esperienza dell'attraversare grazie all'aggiunta di specifiche segnature stilistiche. Ci sono i ruggenti leoni in pietra all'ingresso del Ponte sul boulevard *Maria Luiza* a Sofia: il *Lions' Bridge*, arredato di aiuole e panchine, è dedicato alla morte di quattro eroici librai impiccati alla vigilia della liberazione nel 1877. Ci sono quelli che ammoniscono con lingue fiammanti, come il Ponte dei Draghi a Lubiana dal 1901; quelli che proteggono con gli esseri alati sul Ponte Elio a Roma, la cui prima pietra è posta da Adriano nel 134 D.C. Altri che addirittura parlano ai viandanti tramite i santi in pietra, come sul Ponte Carlo a Praga. Ed infine quelli celebrativi con allegria come esprime dal 2002 il Ponte a tre archi *Juscelino Kubitschek*, in onore all'omonimo presidente a Brasilia.

In una sesta declinazione appaiono i ponti che si fanno essi stessi cammino, ancor più che verbo, a cui la curvatura dei nuovi materiali fa acquisire un'inconsueta mobilità. I loro avi sono i primi ponti mobili, tra cui rientrano i ponti di barche dei Romani, i quali pare che abbiano trasportato materiali con chiatte legate una accanto all'altra sullo Stretto di Messina.

Una iperbole che traduce questa dinamicità è tracciata dal Ponte danzante *de la Mujer* di Calatrava, a Buenos Aires, del 1998-2001. Unico nel suo genere è però il *Rolling Bridge* o *Curling Movable Bridge*, completato a Londra nel 2004 dallo *Studio Thomas Heatherwick*: il ponte si arrotola a riccio su sé stesso per far sfilare i traghetti mentre si distende quando passano i pedoni. Più semplice in termini di linea, e ricorda un sasso lanciato sull'acqua che saltella prima di affondare, è il Ponte pedonale di *Pedro e Inês* a Coimbra, inaugurato nel 2007 dall'*Arup Group* e da *Cecil Balmond*, sbalzato nella parte centrale e arredato di vetri colorati.

Anche per il gruppo dei ponti che distanziano è possibile avanzare delle declinazioni. In una si annoverano i ponti che dividono di proposito, come fa dal

2011 il *Moses Bridge* ad Halsterein del gruppo *RO&AD Architect*, che affonda con le gradinate per poi rialzarsi, spaccando così le acque in mezzo. Evoca il passaggio di Mosé sul Mar Rosso. In una seconda declinazione i ponti che tagliano fuori il mondo: lo sono i ponti medievali che dimenticano i prigionieri nella Torre o i vari ponti abbandonati lungo il Po in Emilia. In una terza vi sono i ponti crollati, come il *Tacoma Narrows Bridge* vicino Washington, noto per essere il ponte durato di meno poiché si frantuma nel 1940 a pochi mesi dall'apertura (Scheer 2010). Oppure come il genovese Polcevera di Morandi caduto nell'agosto 2018, che frana come può franare la fiducia nei saperi esperti. In una quarta ci sono i ponti erosi dal tempo: il Ponte Emilio (detto Ponte Rotto) a Roma segna l'esortazione al tempo che fugge, e il berlinese *Glienicke* (o Ponte delle Spie, reso noto dall'omonimo film del regista Spielberg) che, ristrutturato, cancella totalmente la sua impronta passata. In una quinta declinazione vi sono i ponti dello Stato moderno che sfidano le rive opposte. Noti i Ponti del Terzo Reich di Bonatz e Todt, o il meno aggressivo, ma pur sempre trionfante, ponte parigino *Alexander III* del 1900. E in una sesta declinazione sono da ricordare gli innumerevoli ponti reduci di guerra (Cassani 2014). Primeggia il Ponte bosniaco di *Mostar*: simbolo perduto del legame tra Cristianesimo e Islam che, fatto saltare nel 1992 e ricostruito nel 2004, apre una finestra temporale all'indietro nel centro europeo. E a cui si aggiunge un altro ponte di odio e separazione: il Ponte a Visegrad sulla Drina, del 1571, ostaggio di rive che vogliono restare separate.



Illustrazione 1. Materiali.

Dal ponte indiano di bambù sul fiume Jhelum a Srinagar (1700)  
alla passerella vietnamita del Golden Bridge a Da Nang (2016-2018).



Illustrazione 2. Funzioni.  
Dal ponte in pietra cinese Anping Bridge (1151)  
al Jiaozhou Bay Bridge nella baia cinese dello Shandong (2007-2011).



Illustrazione 3. Audacie.  
Dal ponte palermitano dell'Ammiraglio (1131) con archi ad ogiva  
al ponte francese strallato a sospensione centrale del Viaduc de Millau (1993-2004).

Figura 1. Materiali, funzioni e audacie dei ponti nelle illustrazioni di Nicoletta Feroletto

#### 4. Fruizioni e Casi. Dai ponti da primato ai ponti pedonali

L'ultimo ventennio guarda ai ponti come manufatti talmente ingegnosi che la loro traducibilità scavalca persino le pur cruciali funzioni di connessione, al punto da farli leggere come giochi di stile in cui il richiamo architettonico sovrasta il lavoro ingegneristico che invece li permea. Non che ieri mancassero i ponti da primato (Scheer 2010). Basta rammentare in Virginia il *Chesapeake Bay Bridge-Tunnel*, spesso confuso con l'omonimo nel Maryland del 1997, che dal 1964 è un incubo per gli automobilisti coi suoi tunnel lunghi 28 Km; o anche il *Lake Pontchartrain Causeway* a New Orleans, che dal 1969 con i suoi piloni cilindrici di cemento armato precompresso si estende per 38,4 Km

– benché nel 2011 venga superato dai 42 Km del *Jiaozhou Bay Bridge* sullo Tsingtao nella provincia dello Shandong.

I ponti sono icone da primato ove oggi l'ingegno asiatico trionfa per altezza e lunghezza: del 2008 è il *Sutong Yangtze*, sino al 2012 il ponte strallato di maggior luce libera del mondo; del 2009 il Ponte *Xihoumen*, con una campata di 1650 metri e il secondo ponte sospeso più lungo; del 2009 il *Lupu Bridge* a Shangai e il *Chaotianmen* a Chongqing, con luce rispettivamente di 550 e 552 metri, entrambi i ponti ad arco a via intermedia più grandi; del 2009 il Ponte *Siduhe* nella provincia di Hubei in Cina, il secondo ponte sospeso autostradale più alto dopo il *Beipanjiang* con altezza di 565 metri; dal 2018 è cinese il ponte marino più lungo al mondo che collega Hong Kong, Macau e Zhuhai per 55 km. In Russia, il *Russky Bridge* a Vladivostok del 2012, che resta il secondo ponte strallato al mondo dopo il francese *Viaduc de Millau* del 2004 per via dei piloni di 321 metri, ma primo per la lunghezza della campata centrale.

In Europa spiccano dal 2000 il ponte in cemento di 5,35 Km di Øresund, che collega Copenhagen con Malmö tuffandosi in un tunnel per riemergere in un aeroporto, mentre dal 2004 sul golfo di Corinto il Ponte strallato *Rion Antirion* o di Poseidone, tra i più lunghi al mondo, e dal 2016 in Turchia il Ponte *Yavuz Sultan Selim*, con otto corsie autostradali e due binari.

Questa ingegnosità di connessioni territoriali, che bilancia audacia creativa e bellezza formale, non elude tuttavia una forbice che vede da un lato i frutti dell'intelletto globale e della speculazione finanziaria, incarnati dai ponti iconici di vetro cingenti le vette per incantare i turisti, e dall'altro i tentativi su scala urbana di rivitalizzare gli spazi adiacenti i ponti, nodi di rifugio dei "senza fissa dimora". Una lettura sincronica sulle disparità sociali che richiama la celebre metafora di Horkheimer sulla verticalità del Grattacielo, la cui cantina nasconde gli ultimi della terra.

Ma tra i due estremi, i ponti turistici di vetro sulle Vette e i ponti degli *homeless* nel Sottosuolo, proliferano le espressioni intermedie, ovvero gli attraversamenti pedonali volti a creare spazi di incontro pubblico per la cittadinanza, non solo per i visitatori.

Difatti, l'abilità ingegneristica dei ponti è sempre più concretizzabile su scale urbane: i ponti pedonali diventano anche gemme architettoniche di pura bellezza. Essi incarnano una triade equilibrata fra funzione, audacia e bellezza la cui leggerezza stilistica testimonia una profonda conoscenza dei materiali.



Di solito si tratta di percorsi ciclo-pedonali dai forti richiami simbolici sull'esperienza del camminare; altre volte di nodi il cui percorso congiunge anima antica e contemporanea nello stesso centro. Rispondono al quesito su come sia possibile mutare i ponti pedonali in piazze nei centri urbani o in nodi sociali nelle aree naturali e periferiche; e su come sia fattibile combinare l'esperienza del *walkscape* con quella dell'incontro sociale su un luogo neutro, sospeso sul vuoto, sull'acqua, sulla roccia o su un mondo invisibile. Una sorta di zona franca che mantiene il suo fascino anche per gli abitanti.

Facendo riferimento ai manufatti più innovativi e riconosciuti dall'architettura mondiale, qui si tenta di raggrupparli in tre tipi di attraversamenti, ovvero quelli: che legano aree della città al suo interno, che creano nodi simbolici di riferimento nello spazio urbano o che diventano esperienze aggregative nel paesaggio extra-urbano.

#### 4.1 Dalla Città Vecchia alla Città Nuova

A Alessandria la storia del *Ponte Cittadella*, ad opera di *Richard Meier & Partners*, è iniziata nel 1996 e finita nel 2017. È un arco inclinato ove un'unica campata di 185 metri senza appoggi intermedi collega la città alla cittadella fortificata del Settecento: si tratta di un'opera audace che sostituisce l'antico ponte napoleonico i cui resti sono stati lasciati in segno di continuità col passato.

Il *Ponte Akrobaten* a Oslo, ad opera del gruppo *L2 Arkitekter*, dal 2015 unisce la parte vecchia di Grónland con quella attuale, Bjórvika; è soprannominato *Akrobaten* perché il passaggio ha 19 binari ferroviari, rappresentando un'ardua sfida per via della trave reticolare retta da quattro pilastri di appoggio, interposti sulla rete ferroviaria. In aderenza al contesto, il sostegno è in tubolari metallici verniciati mentre le colonne a forma di 7 sono in acciaio scatolare. Per la difficoltà l'opera ha ricevuto un premio di eccellenza dall'*European Steel Bridge*, oltre che per l'ambiente acustico isolato dai rumori ferroviari.

I lavori del *Tetraedro*, sito in una zona industriale di Reykjavik ad opera del gruppo *Teiknistofan Tröð*, sono iniziati nel 2012 e terminati l'anno dopo: consta di due passerelle di 36 metri ciascuna unente i due rami fluviali della penisola di Geirsnef attraverso tre montanti verticali e un impalcato orizzontale ove si raggruppano i tiranti, formando un unico spigolo leggermente de-

centrato ad immagine di piramide. La passerella ha una struttura in profilati metallici rivestita in cemento e protetta con sponde aventi cavi tesi tra tubolari metallici.

Lo *Scale Lane Bridge*, rivitalizzante il patrimonio marittimo dell'inglese Hull con il ponte in metallo nero, ha una forma curva in cui v'è inserito un ristorante. Finito nel 2013 dopo quasi otto anni dal gruppo *McDowell+Benedetti*, valorizza la zona dei musei e dell'acquario in un'area industriale rigenerata. Per potenziare i punti di incontro presenta delle variazioni di livelli assecondate da scale e rampe, mentre lungo i percorsi e al centro ci sono aree di sosta con panchine. Il ponte ha un sistema di movimentazione per le imbarcazioni ed è presente un meccanismo elettrico di rotazione che consente alle persone di passeggiare sul ponte anche in questa fase. Per segnalare la rotazione della passerella è stata abbinata un'installazione sonora, opera di Nayan Kulkarni, che avverte le persone del passaggio.

La *Darse du Millénaire*, iniziata a Parigi nel 2012 dal gruppo *Explorations Architecture* e terminata nel 2016, potenzia il centro commerciale *Le Millénaire* e recupera l'area lungo il canale Saint-Denis. Rappresenta un belvedere comprensivo di una zona di soggiorno e sosta.

#### ***4.2 Nodi di riferimento ad alto simbolismo***

Il *Ponte Rotondo* a Copenhagen, costruito da *Olafur Eliasson* con inizio nel 2012 e terminato tre anni dopo, è stato progettato come nodo di incontro. È una struttura mista in cemento armato, metalli e parapetti in legno: consta di cinque pedane unite da un'unica passerella sinuosa la cui forma richiama il goniometro mentre il sistema di sostegno verticale ricorda l'impalcatura dei grandi battelli. Si stima che siano circa 500 tra pedoni e ciclisti a sostare ogni dì sulla passerella. Questa è lunga 25 metri, alta 9, pesa 210 tonnellate e si mimetizza con le imbarcazioni limitrofe nell'area.

Il *Ponte della Tolleranza* è uno dei tre percorsi che costituisce il *Dubai Water Canal*, iniziato nel 2013 e terminato nel 2016 dalla holding araba *Meraas* in collaborazione con *Roads and Transport Authority* e *Meydan*. Questo canale artificiale lungo 3,4 Km collega la *Business Bay* di Dubai sino al Golfo Persico. I tre ponti, formanti l'intera struttura del *Dubai Water Canal*, sono a quasi nove metri dal livello dell'acqua per facilitare il passaggio delle imbarcazioni turistiche e dei traghetti. L'intento della struttura è richiamare

circa tre milioni di visitatori l'anno da far soggiornare nelle strutture ricettive appositamente costruite. Il primo dei tre ponti ha una passerella sorretta da una struttura metallica con due piloni a Y alla cui estremità vi è un sistema di tiranti connesso alla base orizzontale. Il secondo ha una passerella dalla traiettoria ad S che ha dei tiranti di metallo appesi ad un arco che raggiunge i 50 metri, poggianti alle estremità su fondazioni in cemento armato. Questo secondo ponte è stato denominato *Tolerance Bridge* nel 2016 perché simbolo di accoglienza delle 200 nazionalità presenti negli Emirati Arabi Uniti. La terza passerella è il *Twisted Bridge*, costituito da una sequenza di portali quadrati metallici equidistanti e ruotati lungo l'asse orizzontale. Accanto ai tre ponti vi sono altri percorsi sospesi carrabili dotati di fontane d'acqua e effetti di illuminazione che potenziano la suggestività dell'intera opera.

Il *Ponte della Pace* a Tbilisi, iniziato nel 2009 e terminato nel 2010 da *Michele De Lucchi*, consta di una passerella rettilinea di 160 metri con una copertura vetrata sinusoidale lunga più di 115 metri, agganciata a terra con quattro pile di ancoraggio: essa ripercorre l'immagine di una vela con un'ininterrotta curvatura a guscio. L'opera è circondata dalla cattedrale, dal palazzo residenziale ed altri edifici, e pertanto la sua funzione è anche di connettere la zona vecchia con la nuova.

Il *Nastro Fluviale di Möbius* o *Lucky Knot*, del 2013-2016, opera del gruppo cino-olandese *Next Architects*, è a Changsha in Cina. Ha un doppio significato metaforico. Si ispira sia al nastro di *Möbius* come inno alla vita, sia all'arte cinese di intrecciare nastri per creare arazzi in segno di buon auspicio. Questa tipologia di ponte è stata già testata in due occasioni con i ponti olandesi di *Enschede* e *Melkweg*. Il ponte è una treccia di differenti nastri i cui fili sono rappresentati dai vari livelli del ponte coi percorsi di diversa quota. Ogni cammino ha molti punti di accesso e ciascuno forma una sorta di striscia attraversabile che si interseca con gli altri percorsi posti su vari livelli in un giuoco ondosio. Richiama il movimento continuo delle montagne russe convogliante sulle due sponde con gli estremi disegnanti due asole.

Il *DNA* o l'*Helix Bridge* nasce dal lavoro coordinato tra il 2004 e 2010 di *Cox Architecture*, *Architecture 61* e *Arup* nella Marina Bay di Singapore. È ispirato alla doppia elica del Dna umano: lungo una passerella con due spirali vi è il traffico pedonale che non incrocia i pre-esistenti due transiti veicolari. Dai parapetti dell'impalcato e dalle terrazze panoramiche si estendono delle piatta-

forme con palchi da teatro per piccoli eventi e luoghi di ritrovo. La sua doppia elica, che ha consentito di risparmiare cinque volte il volume del materiale impiegabile, è il primo congegno che richiama il DNA umano e ha ricevuto un premio dalla *Building and Construction Authority* nel 2011.

#### 4.3 Punti aggregativi nel paesaggio

Il *Mondo Roccioso degli Dei* è l'appellativo del *Golden Bridge* del 2016-18 a opera del gruppo *TA Landscape* a Da Nang in Vietnam. L'immagine richiama due mani che escono dalla roccia e tengono un filo d'oro che è il passaggio del ponte. Forte il rimando alla natura che sostiene (le due grandi mani emerse dalla roccia) il cammino dell'uomo (la passerella ad arco). La natura è ovunque protagonista poiché i pilastri mimano gli alberi e le fioriture di cespugli nascondono i parapetti tubolari: l'effetto generale è di un filo d'oro sorretto da due grandi mani che affiorano dal centro della montagna.

La *Trave continua di legno naturale sul fiume Neckar* in Germania è il ponte ciclo-pedonale del 2017 del gruppo *Ingenieurbüro Miebach*, noto per il suo tracciato curvilineo i cui movimenti di torsione sono contrastati dalla presenza di profilati metallici e cuscinetti posti nei supporti intermedi. Il materiale naturale usato riprende la tradizione boschiva della Foresta Nera.

L'*esperienza fluviale del Ponte Zaligebrug* del gruppo *Next Architects*, costruito nel 2013-2016, rappresenta un tentativo di prevenire i frequenti allagamenti del parco fluviale attorno. È nato per collegare la terraferma della cittadina olandese di Nijmegen ad un isolotto vicino; sono stati predisposti dei cubi di pietra per quando si alza il livello del fiume, facilitando il passaggio pedonale. Il percorso ha inoltre un andamento curvo che consente l'eliminazione dell'acqua in eccesso in caso di piena. La passerella in legno con pile in cemento armato bianco ha punti di riposo e ristoro che danno atmosfera all'attraversamento, valorizzando il paesaggio al fine di goderne pure nei periodi di piena.

Il *Ponte Sky Bridge* o *Passerella Panoramica* è dal 2004 a Langkawi, opera del gruppo *Wyss Planning Consultants* che ha terminato i lavori in un anno. Un tracciato curvo offre una panoramica su montagne e foreste. L'impalcato è fissato ad un unico pilone mediante otto cavi di struttura metallica tralicciata, fissata su una piattaforma in cemento armato avente due tiranti laterali. Ha una superficie di 500 m<sup>2</sup> e accoglie 250 persone per volta. Rimasto chiuso nel

2012 per ristrutturazione e riaperto tre anni dopo, ha ricevuto diversi premi per l'arditezza dell'opera, edificata in condizioni avverse.

Il *Ponte Multistrato*, chiamato anche *Tabiat*, che in persiano significa Natura perché percorre due grandi parchi urbani, è una struttura alla periferia di Teheran, iniziata nel 2009 e terminata nel 2014 dal gruppo *Diba Tensile Architecture*. La passeggiata pedonale lunga 270 metri collega in continuità l'attraversamento fra parchi urbani, forgiando un unico spazio pubblico immerso nel verde. Affinché si mimetizzi al meglio nel paesaggio vi è una grande trave metallica scatolare per i due passaggi pedonali, di cui uno è coperto, ed un terzo ha una terrazza panoramica: il tutto è nascosto dagli alberi.

Il *Ponte sul Rodano* del 2009-2012 del gruppo *Philippe Meier+Associés Architectes* a Rennaz è un tracciato rettilineo di 450 metri che scavalca lungo il suo percorso una ferrovia, un canale e un fiume. È concepita come un'opera di architettura del paesaggio da cui emerge con delicatezza.

Il *Ponte Poesia Muraria* o *VLM*, realizzato nel 2009 a Villamoura da *ANDRE'*, lungo 160 metri, è di doghe in legno e protetto da un parapetto di fogli di legno creante una barriera visiva e sonora rispetto al percorso ciclo-pedonale. Ha un passaggio semi-nascosto dal verde ed è accompagnato dai dipinti murari di Domingos Loureiro.

Il *Living Bridge* o *Finto Trampolino* è a Limerick dal 2007 ad opera del gruppo *Wilkinson Eyre Architects e Arup*. Si tratta di una passeggiata continua, modulata dalla successione di vari trampolini sul fiume conferenti dinamicità alla struttura complessiva e sostenuta da cinque pilastri per le sei campate. Ha ricevuto un premio come il più bel ponte in metallo nel 2008 e vari riconoscimenti per la sua originalità. Il sistema di illuminazione combina luci bianche e verdi nella zona sottostante per rafforzare la funzione aggregativa.

## Bibliografia

- Blockley D. (2010), *Bridges: the science and art of the world's most inspiring structures*, Oxford, Oxford University Press.
- Cassani A. G. (2014), *Figure del Ponte*, Bologna, Pendragon.
- Dani F. (1988), *Il libro dei Ponti*, Roma, Sarin.
- Heidegger M. (2018), *Costruire, abitare, pensare*, Milano, Ed. Lotus.

- Scheer J. (2010), *Failed Bridges. Cases Studies and Consequences*, New Jersey, Ernst & Sohn.
- Simmel G. (2011), *Ponte e Porta. Saggi di estetica* in Borsari A. e Bronzino C. (a cura di), Bologna, Archetipolibri.
- Troyano L. F. (2006), *Terra sull'acqua. Atlante Storico Universale dei Ponti*, Palermo, Dario Flaccovio Edizioni.

**Illustrazioni** di Nicoletta Feroletto



# P Portinerie di quartiere: innovazione sociale tra digitale e locale

---

*di Monica Bernardi<sup>1</sup>*

Le portinerie di quartiere sono un chiaro esempio di un'innovazione che integra la dimensione digitale con quella territoriale, trasformando il fenomeno della condivisione in una fonte di reale interazione tra le persone, incontro, mutuo aiuto e supporto. Rappresentano nuovi punti di riferimento in grado di tessere relazioni nel territorio e di aiutare a risolvere i piccoli problemi quotidiani mettendo in gioco risorse e competenze presenti sul territorio, e generando anche nuove economie. Nascono nei modi più diversi e da attori altrettanto diversi: dal bar che inizia a offrire anche i servizi di portierato, alla cooperativa sociale che attiva presidi sul territorio, alle edicole che diventano punti di riferimento locali.

*The neighborhood concierges clearly embody a kind of innovation that integrates the digital dimension with the territorial dimension. They have the ability to transform the sharing phenomenon in a real source of interaction among people, becoming a place of gathering, of support and mutual aid. They feed new local relations, create the opportunities to solve every day-life problems activating and matching local resources and skills, thus generating new economies. They have different shapes and they arise from equally different actors: the café that starts to offer also the services of concierge, the social cooperative that becomes a citadel on the territory, the newsstands that become local points of reference.*

1 Ph.D in Information Society, Monica Bernardi è Assegnista di Ricerca presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università Milano-Bicocca. Dal 2015 è membro di LabGov, Laboratorio per la Governance dei beni comuni, e del Registro degli esperti e degli operatori della Sharing Economy del Comune di Milano. Svolge attività didattica e di ricerca sui temi della condivisione in contesti urbani (sharing economy), sia platform-oriented che community-based, con particolare attenzione all'evoluzione del fenomeno e ai modelli di governance adottati da smart e sharing cities.



## 1. Definizione e storia

Secondo Treccani, la portineria è quel «locale, presso l'ingresso di un edificio (sia adibito ad abitazioni private sia sede di comunità), dove sta, nelle ore di servizio, il portinaio o il portiere». Elementi essenziali sono: uno spazio fisico, un soggetto con mansioni e un ruolo sociale specifici, una comunità. Elementi che ripercorreremo in questa trattazione seguendone le evoluzioni nel dispiegarsi della società contemporanea. La trasformazione di questo luogo, e della connessa figura del portinaio/portiere, diventano infatti paradigmatici dei mutamenti sociali che hanno interessato e stanno interessando la società.

La figura del portinaio appartiene ormai alla memoria collettiva e la portineria è da sempre un punto di riferimento formale e informale per le comunità di abitanti. Tuttavia non è semplice individuare con precisione il momento della sua origine. Inoltre, termini come custode, portiere, *concierge*, spesso si fondono sotto un'unica connotazione semantica, pur avendo declinazioni diverse. La letteratura storica non ha mai approfondito l'argomento ed è quasi impossibile risalire con certezza all'origine di queste diverse declinazioni, benché ne sia chiara la matrice comune. Per tutti i termini vale infatti il riconoscimento del ruolo di custodia, e quindi di responsabilità e fiducia. Secondo il Devoto-Oli (1981) *custodire* indica letteralmente: «sorvegliare o vigilare, spec. allo scopo di garantire la conservazione di qualcosa [...] riferito a persone o animali, averne cura, provvedere alle loro necessità». Ne troviamo traccia già all'interno del Vecchio Testamento, in cui si legge «si tirano a sorte i portinaj del tempio, e qual porta debba custodire ciascuna famiglia, e lo stesso di quelli, che debbono custodire i tesori, e i vasi sacri». In particolare, nelle annotazioni al versetto 1 è riportato: «le classi de' portinai ec. I Leviti destinati a custodire le porte della casa del Signore e i tesori e le guardarobe».

Il Corpus dell'Ovi riporta i termini portinaio/portiere (di cui sono frequentissimi anche i femminili portinaia/portiera), attestandone l'uso e la diffusione già nell'italiano antico. Il DELI considera le forme latino-medievali *portonarius* (Bologna, 1175) e *portenarius* (Vicenza, 1264) come prime attestazioni del termine italiano, latinizzato. Mentre il fatto che nella Firenze del secolo XIII, fosse presente una famiglia che portava il cognome Portinari (a cui apparteneva la Beatrice dantesca) evidenzia quanto il termine avesse matrice antica (D'Achille 2018).

Secondo Romei (2013) la fattispecie del custode si lega alla storia dei castelli nobiliari del medioevo: il custode, denominato “*Compte de Cierge*” (“colui che tiene le candele”), da cui presumibilmente deriva il termine *concierge*, era un membro fidato della corte e si occupava di mansioni diverse, dall'accoglienza degli ospiti alla supervisione dello staff domestico. Dalle candele alle chiavi il passo fu breve: nel diventare un membro sempre più fidato delle famiglie nobiliari il custode divenne anche colui che teneva, e custodiva appunto, le chiavi del castello.

Nei secoli la funzione del custode è divenuta sempre più amministrativa e gestionale e con forme estreme di variabilità, dall'amministratore delle cascine di campagna ai guardiani notturni dei negozi in città, passando per il *receptionist* degli alberghi, fino al custode degli edifici scolastici o delle aziende. La fattispecie per noi di maggiore interesse rimane quella legata al condominio che, come detto in apertura, delinea la figura del portinaio come attore sociale che opera in uno spazio circoscritto di riferimento per una specifica comunità. Le sue mansioni principali, nonostante la variabilità legata al contratto, sono legate alla vigilanza e custodia dello stabile e dei suoi inquilini, e includono anche la ricezione e distribuzione della posta. Il portiere si occupa anche dell'apertura e chiusura degli ingressi, di far rispettare il regolamento condominiale, di segnalare eventuali effrazioni e di mansioni ordinarie come la manutenzione del giardino. Inoltre, fornisce informazioni e contatti di professionisti, come idraulici, imbianchini ecc. Fiducia e responsabilità sono quindi le parole chiave che caratterizzano questa figura.

## 2. Portiere e portineria attraverso cinema, teatro e letteratura

La figura del portiere dà corpo e consistenza ad uno spazio fisico preciso e riconoscibile: la portineria, un luogo talmente narrativo da aver stimolato la fantasia del mondo letterario, del cinema e del teatro costruendo una potente narrativa attraverso personaggi dalla forte caratterizzazione sia per il ruolo pratico e simbolico ricoperto nella vita di condominio sia per la quotidianità nascosta all'interno del loro spazio, la guardiola, la portineria....

Giovanni Verga ad esempio ne parla nell'opera teatrale in atto unico “In portineria”, datata 1885 e ambientata a Milano; la protagonista è la figlia malata di un portiere, immobilizzata nel suo letto nello stanzino della portineria

milanese: «come il bugigattolo dei portinai non vedeva mai il sole, e avevano una figliuola rachitica, la mettevano a sedere nel vano della finestra, e ve la lasciavano tutto il santo giorno, sicché i vicini la chiamavano “Il canarino del n. 15”» (Verga 1940). Anche Eduardo De Filippo nella commedia in due atti “Parlate al portiere” del 1933 e mai pubblicata, si addentra nei meandri della figura esplorandone le dinamiche familiari.

Ma è la letteratura che ne offre le più fini rappresentazioni iconografiche, contribuendo nel tempo a dare forma all’immaginario collettivo. In particolare il portiere parigino, il *concierge*, diviene simbolo per eccellenza della categoria. Eugene Sue lo descrive finemente nei “Misteri di Parigi” sul *Journal des Débats*, con storie a puntate tra il 1842 e il 1843. Sue racconta dei coniugi Pipelet, portieri al numero 8 di *Chausée d’Antin*, immortalando la «gran professione di custode di caseggiato» come monumento al portinaio parigino, e consacrando i coniugi a simbolico modello universale del portinaio (Marcenaro 2012). Pipelet diventa *topos* nominale, aggettivo che designa proprio chi chiacchiera troppo e spettegola; le caratteristiche di questa coppia finiscono infatti con l’abbracciare tutta la categoria in senso ampio: vessati e sbeffeggiati dai condomini per il proprio status sociale, sopportano le canzonature vendicandosi con maldicenze e pettegolezzi sugli inquilini.

Honoré de Balzac arricchisce la figura dell’arguzia di architettare tranelli e complotti: l’infame Cibot del “Cugino Pons” mette in atto una truffa gigantesca ai danni di un collezionista che abita nel palazzo. Mentre Simenon racconta di portinaie con dissimulata dolcezza attraverso le indagini del commissario Maigret; nei suoi gialli sono «adorabili, curate e allegre, la cui guardiola era un modello d’ordine e di pulizia», oppure «bisbetiche, malaticce, sempre pronte a lamentarsi della cattiveria del mondo e della loro triste sorte» (*Ibid.*).

Nella letteratura francese, la *conciergerie* diventa quindi il palcoscenico del portiere a cui vengono cuciti addosso aneddoti e caratteristiche specifiche, ma al contempo diventa anche il palcoscenico di un intero mondo, quello “condominiale”. Secondo Marcenaro (*Ibid.*) il/la *concierge* non è più quindi «una semplice spalla di qualcuno nell’eterna *comédie humaine*», ma qualcosa di più, un personaggio amato-odiato che «tiene in mano le chiavi dell’esistenza degli inquilini» (Wolleb 2016): «la controcoscienza di un ambivalente personaggio che intrica nell’esistenza altrui. Capace di aprire “per errore” le lettere e architettare superbi complotti a carico di chi, a fine anno, abbia dimenticato il dovuto *pour boire*» (Marcenaro 2012).

Nella letteratura contemporanea la figura del portiere torna con il successo letterario “L’eleganza del riccio” di Muriel Barbery (2006). L’autore descrive pensieri e vita di Renée Michel, portinaia del condominio parigino di rue Grenelle n.7: all’apparenza sciatta, pigra e interessata solo alla cura del suo gatto, alla televisione e alle sue piccole questioni private, incarna il prototipo della portinaia, che mangia zuppa di cipolle ed è incolta; in realtà è una fine letterata appassionata di arte, filosofia, cinema, musica classica e cultura giapponese, ma indolente e solitaria, sceglie di dissimulare la propria cultura per schermarsi dal mondo condominiale e dai suoi inquilini... (Romani 2018).

Se ci spostiamo al cinema, si confermano e amplificano queste caratteristiche: come non citare “La banda degli onesti” (1956) che vede Totò nei panni di Antonio Bonocore, onesto portiere e improbabile falsario, leale anche se un po’ invadente ed impiccione. Luciano De Crescenzo nel famoso film del 1984 “Così parlò Bellavista” racconta di un condominio in cui addirittura di portieri ce ne sono tre: il titolare, il sostituto ed il vice sostituto, che intensificano lo spazio della portineria e alimentano la vita condominiale. Cambio di registro nella pellicola di Wes Anderson, “Grand Budapest Hotel” del 2014, in cui il *conciierge*, seducente e altezzoso, dirige e tutela l’Hotel di lusso divenendone l’anima stessa, e il ritmo del racconto è battuto dai tempi della *conciergerie*.

### 3. Funzioni sociali e trasformazioni nel tempo

Dal breve excursus letterario e cinematografico emergono i tratti specifici di questo attore sociale nelle sue diverse declinazioni, tutte però legate all’idea di custodia e cura dello spazio e delle relazioni che si creano attorno alla comunità condominiale. In Italia, dove è sempre esistito un forte senso comunitario nei condomini, il portiere è sempre stato considerato una sorta di “amico”, un punto di riferimento stabile per la vita degli inquilini, una persona fidata e di fiducia, nonostante i tratti peculiari spesso legati a pettegolezzo e ruffianerie (Ricci 2014). Allo stesso tempo, la guardiola, la portineria, diviene il punto di incontro e confluenza di tutti gli abitanti del condominio, lo snodo della vita comunitaria condominiale. Se la casa rappresenta la sfera privata di ogni inquilino e al di fuori del palazzo ciascuno ha la propria vita pubblica, la portineria diventa il punto di contatto tra questi due livelli di esistenza (Wolleb 2016): un luogo di sosta, incontro, dialogo, informazione; un “intermondo”

che essendo posto all'ingresso del condominio è inevitabile e pervade la vita degli inquilini. Il portiere si ammanta di una insostituibile funzione sociale, a cui si aggiunge un lato di umanità che rafforza i legami tra inquilini e custode, e la portineria finisce con l'incarnare proprio lo spazio di incontro relazionale in cui sociale e privato si sovrappongono.

Nel corso della storia italiana, la professione ha vissuto anche una fase in cui ha simboleggiato buoni livelli di benessere. Come ricorda Galdo (2017) su Linkiesta ad esempio, tra gli anni Sessanta e Settanta, in pieno boom industriale, i contadini marchigiani impoveriti raggiungevano Roma a piedi nella speranza di trovare un posto da portiere. Si trattava di un mestiere privilegiato che, oltre al reddito mensile, garantiva anche l'alloggio gratuito e una serie di benefit. Riprendiamo il già citato Antonio Bonocore ne "La banda degli onesti", il quale afferma: «Io, modestamente nella media borghesia italiana occupo una società! Io ho una portineria bene avviata, con gli inquilini che vanno e vengono e quindi a Pasqua, Natale e Ferragosto mi danno la mancia, soldi, al mio onomastico fiori, candele, eccetera».

Tuttavia il mestiere è stato vittima dello sviluppo della società e nel tempo ha iniziato a sparire, più per insostenibilità economica che per un reale non utilizzo del servizio. Il mestiere è stato «colpito dal vento di una modernità sprecona. Si è considerato inutile il microcosmo, prima ancora dei tanti servizi offerti, del portiere, anche per le solite leggi che ne hanno appesantito i costi, non lo stipendio, diventati proibitivi per molti condomini» (Galdo 2017). Nel 2009 Piccalunga segnalava la sparizione a Milano di circa 400 portinerie all'anno, sostituite da videocitofoni e imprese di pulizie. Un dato inquietante se si pensa che negli anni '70 la città contava oltre 16 mila portieri. Ceccarelli nel 2012 denunciava «la perdita cataclismatica, in termini umani e di atmosfere» delle antiche portinerie parigine e nello stesso anno Marcenaro, con un articolo dal titolo *Letteratura in lutto per la scomparsa delle portinerie*, dichiarava: «a Parigi in dieci anni, sono rimaste vuote diecimila *conciergeries*, si perde così una figura centrale della produzione romanzesca, da Balzac a Simeon, fino al bestseller recente, *L'eleganza del riccio* [...] Chiudere una portineria parigina è un po' come fare il funerale a un mondo». Sempre Marcenaro, citando Celine in *Mort à crédit* quando scopre che Manhattan non ha portinerie, dichiara che «una città senza portinai è una zuppa senza pepe né sale, una *ratatouille* amorfa».

È quindi chiara l'inestimabile funzione sociale che è sempre stata riconosciuta a questa figura, non solo nella Francia delle *conciergerie*, ma altrettanto in Italia, un paese con una cultura fortemente legata alla casa, ricco di piccoli centri storici, condomini abitati da famiglie per generazioni, in cui la portineria rendeva ancora più familiare il vivere quotidiano; nonostante si sia nel tempo persa, sono emerse anche sperimentazioni volte a recuperarne quegli aspetti formali e informali che l'hanno resa utile e insostituibile per la vita comunitaria. Ne sono un esempio i Portieri Sociali e i Custodi Sociali, attivi in alcuni comuni come Milano, Torino, Modena, Genova. Si tratta di profili pensati per dare una risposta a situazioni di isolamento, degrado, solitudine ed emarginazione. Sono attivi nei condomini di Edilizia Residenziale Pubblica (ERP) e spesso hanno il sostegno di organizzazioni del Terzo Settore o di Fondazioni. A Milano ad esempio il Custode Sociale è un operatore qualificato (A.S.A. o O.S.S.) che monitora il territorio in ottica di prevenzione sociale e sanitaria in sinergia coi servizi sociali territoriali, individuando e supportando soggetti fragili (anziani soli, disabili, adulti in difficoltà, madri single, minori, stranieri...) (D'Amico 2017, Comune di Milano). Sempre a Milano è attivo anche il Portiere Sociale, che oltre a svolgere le attività di portierato tradizionale negli edifici ERP, segnala al Custode Sociale situazioni che necessitano assistenza e fornisce sostegno puntuale a cittadini e famiglie in forte fragilità.

Se il portiere e la portineria con la sua storicità e identità sedimentatesi nel tempo, sembravano ormai persi, ecco dunque che le mutate caratteristiche sociali ed economiche fanno riemergere espressioni inedite, riviste e reinterpretate, di quelle antiche mansioni e di quei luoghi. Nei casi appena visti è l'assenza di un welfare supportivo ad innescare una rivisitazione in forme nuove di quella figura per creare un welfare c.d. di comunità. Allo stesso modo anche la diffusione delle ICT e dell'e-commerce sta riportando in auge il portiere, confermando l'impatto che l'innovazione tecnologica ha sulla società (Castells 1996). Indagini di Confedilizia e Assoedilizia del 2017 hanno confermato questo "ritorno dei portinai": Milano nel 2017 contava oltre 8 mila portinai, Roma assisteva all'aumento della quota di coloro che svolgono l'attività part-time (più 34 per cento) e anche Napoli vedeva gradualmente ritornare il portiere nei palazzi; un aumento per la prima volta in 10 anni, confermato anche dalle analisi del mercato immobiliare (gli immobili con portineria vengono venduti più velocemente e sono meno soggetti a svalutazione). In un articolo di [www.nonsprecare.it](http://www.nonsprecare.it) si segnala che oltre allo zoccolo duro di uomini

italiani che hanno ereditato la guardiola dai genitori, sono in aumento gli stranieri che ricoprono questo ruolo. Il ritorno dei portieri equivale anche alla riscoperta in tempi moderni del paradigma di comunità e al desiderio di sentirsi parte di una collettività. Oltre alla dimensione umana il portiere, in quanto presidio costante, garantisce anche maggiore sicurezza: secondo Assoedilizia, nei condomini con portineria i furti sono l'80 per cento in meno.

La società dell'informazione, con le sue tecnologie pervasive e l'avvento dell'e-commerce, che nella moderna equazione degli acquisti online equivale a pacchi da ritirare, ha favorito la nascita anche di servizi *ad hoc* in cui il ruolo classico del portiere viene reinterpretato. Si pensi a reti come *ioRitiro.it*, il cui slogan è «la tua portineria personale... a partire da 75 centesimi», o *IndaBox*, che trasformano bar e negozi della città in portinerie personali, dove gestire il ritiro e la consegna di pacchi e buste. Altro network interessante è *InPost*: offre consegne a basso impatto ambientale e consente, attraverso dei *lockers* distribuiti nelle principali città, di ricevere pacchi e posta e di ritirarli con un apposito codice di sblocco.

Anche per quanto riguarda un'altra importantissima funzione associata alle portinerie, ossia la fornitura di contatti utili nel quartiere (imbianchini, idraulici, ripetizioni ecc.) e piccoli servizi di supporto, si stanno diffondendo piattaforme che mirano a connettere chi cerca con chi offre, intermediando tra i due soggetti, e favorendo in questo modo anche gli scambi e la connessione a livello di prossimità fisica. Non è questa la sede per approfondire il fenomeno della sharing economy, ci basti sapere che si tratta di un termine ombrello (Schor 2014) che include una varietà di piattaforme attive in settori diversi (Hamari *et al.* 2015), di tipo sia profit che no-profit. Botsman (2015) la definisce un «modello economico basato sulla condivisione, per fini monetari o non-monetari, di *asset* sottoutilizzati o non utilizzati, che vanno dagli spazi fisici, agli oggetti, fino alle competenze professionali», reso possibile dalla diffusione delle ITCs. Pur trattandosi di una definizione molto ampia (e quindi criticabile) che tiene insieme mercati diversi, è qui sufficiente per comprendere la diffusione di piattaforme che agendo da intermediari consentono di rispondere alle esigenze quotidiane, come ritirare un pacco (si vedano gli esempi precedenti), trovare chi può sostituire una lampadina o aggiustare un rubinetto che perde (v. *TimeRepublik*), chi può prestare un utensile da lavoro o un attrezzo da cucina (v. *Paladin*), trovare un camper in affitto (v. *Goboony*) o un passaggio in auto (v. *GetMyCar*, *BlaBlaCar*), scambiarsi favori tra vicini (come innaffiare

le piante o portare fuori il cane) e supportarsi in termini collaborativi per il vivere quotidiano (v. *favoriinrete.com* ma anche l'esempio delle *Social Street*), o connettersi coi vicini che non si conoscono (v. *TocTocDoctor*), attivare nonni e nipoti (v. *nieno.it*), mettersi a disposizione per un lavoretto (v. *Tabbid*) ecc. Questi sono solo alcuni esempi di piattaforme che forniscono servizi che un tempo si potevano facilmente trovare in portineria. Ciò che manca è una soluzione unica, uno spazio in grado di mettere insieme oggi tutto ciò che offre tradizionalmente una portineria.

#### 4. L'innovazione delle Portinerie di Quartiere: fruitori e operatori

L'evoluzione della figura del portiere e del suo spazio di esistenza, la portineria, sta quindi prendendo strade diverse: da un lato nei palazzi italiani torna la mansione nella sua versione più classica, dall'altro emergono sperimentazioni di stampo sociale e sussidiario per tamponare situazioni di emarginazione, dall'altro ancora emergono piattaforme che offrono servizi di portineria legati al commercio online e alle reti di prossimità per rispondere alle esigenze quotidiane.

L'idea sicuramente più innovativa, l'unica che riesce a far convergere le antiche funzioni della portineria in un unico luogo, arriva dalla Francia. La *Portineria di Quartiere* è la versione post-moderna della guardiola di cui si è raccontato, incarna un nuovo modello di economia collaborativa e partecipativa e si pone al contempo come forma di progettazione e rigenerazione urbana alternativa e innovativa. È un esempio concreto di come bilanciare due forze contrapposte: digitale versus analogico/fisico, centralizzato versus diffuso/orizzontale (Ménascé 2017), colmando il gap tra innovazione e bene comune; e in questo incontro di mondi, modalità ed esigenze, rimette al centro il capitale sociale e le relazioni interpersonali ponendosi come rivitalizzatore della comunità locale che la ospita (Manfrini 2016). Per Marta Mainieri, fondatrice di Collaboriamo.org, consulente e formatrice sui temi legati alla sharing economy, le Portinerie di Quartiere «sono esperienze figlie di un cambiamento culturale portato avanti dalle piattaforme collaborative che si sono diffuse in questi anni: un fenomeno che sembrava solo digitale si è evoluto in azioni sul territorio» (Perro 2018). Sono frutto dell'evoluzione della città in città Smart, nella quale non dominano più solo le strategie centralizzate disegnate dalle au-



torità pubbliche e calate dall'alto, ma trovano sempre più spazio le interazioni tra cittadini che possono auto-organizzarsi a partire dalle applicazioni create dalle start up (Ménascé 2017). Le piattaforme in questo senso consentono a tutti di ri-appropriarsi della città e di partecipare pienamente alla sua evoluzione in città Smart.

Chi sono dunque i fruitori delle Portinerie di Quartiere? sono i cittadini, i residenti di una via, di un quartiere, di una comunità, che trovano nella Portineria di Quartiere:

1. una persona di fiducia per rispondere ad esigenze pratiche in una versione di utilità collettiva;
2. uno spazio digitale da consultare che diviene spazio analogico e luogo di relazioni, di attivazione e rafforzamento di legami sociali, di autoregolamentazione collettiva e autonomia, attraverso condivisione, prossimità, fiducia (Taverna 2018).

Chi sono i suoi operatori? Allo stesso modo, sono i cittadini, i residenti, i commercianti, i professionisti di una via, di un quartiere, di una comunità; chi cerca opportunità economiche e grazie alla Portineria può entrare in contatto con i residenti del quartiere che richiedono assistenza quotidiana (piante da innaffiare, animali domestici da portare fuori, piccole consegne da effettuare, ecc.).

## 5. Casi studio

### 5.1 *Lulù Dans Ma Rue – Francia*

Lulù Dans Ma Rue (LDMR) [www.luludansmarue.org](http://www.luludansmarue.org), è il primo vero esperimento di Portineria di Quartiere. È stato lanciato a Parigi, nel quartiere Marais, nel 2015 da Charles-Edouard Vincent, professore di economia sociale alla HEC, e in passato docente per il Polytechnique e la Stanford University, membro di Ashoka e imprenditore sociale. Vincent, nel 2015, propone la ri-qualificazione di una ex edicola per trasformarla in un nuovo punto di riferimento per i parigini in cerca di aiuto per piccole necessità quotidiane. Nasce così LDMR, che punta a reinventare i servizi locali e a rigenerare l'attività economica locale sfruttando la tecnologia dell'informazione. Obiettivo della sperimentazione non è solo e semplicemente mettere a disposizione uno spazio virtuale (l'interfaccia web e l'app) e al contempo fisico (il chiosco in Piazza

Saint-Paul) per offrire servizi alla comunità, ma anche fornire uno strumento capace di rafforzare le relazioni tra gli abitanti del quartiere e creare le condizioni per nuove opportunità economiche (soprattutto per i disoccupati di lungo periodo).

Richiedere il servizio è semplice: si può telefonare al chiosco, inviare una mail, o utilizzare la piattaforma web, o ancora passare fisicamente presso la portineria ed esporre il problema a chi è presente. Il portiere non è solo uno, ma qualsiasi abitante del quartiere può diventare un Lulù per qualche ora: chi ha del tempo libero a disposizione e delle capacità specifiche può diventare parte della rete dei Lulùs e rispondere alle domande di altri abitanti del quartiere. Chi offre i propri servizi come Lulù attraverso LDMMR gode dello status di lavoratore autonomo, quindi i suoi servizi sono tracciati e dichiarabili. Le tariffe sono contenute: da 5-10 euro per mansioni brevi di circa 20 minuti, fino a prezzi più alti concordati per lavori più lunghi e impegnativi; il tutto detraibile dalle tasse al 50% e coperto da assicurazione (Axa). Così trovano risposta le principali criticità che interessano le piattaforme sharing, ossia la scarsa tutela dei “lavoratori”, il conflitto tra la motivazione sociale e quella di profitto e i rischi derivanti dalla sostituzione dei tradizionali meccanismi di fiducia con sistemi reputazionali impersonali (Sundararajan 2016, Aloisi 2016). Come le altre piattaforme sharing anche LDMMR trattiene una percentuale di commissione, ma per garantire l'intento sociale dell'iniziativa oltre ad un consiglio di amministrazione c'è anche un'associazione che ha diritto a 1/3 dei voti.

Fondamentale è sicuramente la componente fisica che favorisce lo sviluppo del rapporto umano tipico della portineria tradizionale e della vita di quartiere e consente di recuperare il valore e la finalità sociale di servizio alla comunità. Reinventando il servizio di portineria si crea una comunità locale di persone che si aiutano reciprocamente, ricostruendo le connessioni sociali e la fiducia nei quartieri (Bernardi 2018).

Il Comune di Parigi, ha sostenuto LDMMR fin dall'inizio e il successo della sperimentazione nel quartiere Marais ha portato all'apertura di altri chioschi in altri *arrondissement* cittadini; ad oggi ci sono altre 8 Portinerie di Quartiere sparse in diverse zone di Parigi (aggiornamento a febbraio 2018, Foundation Veolia). Tra queste, due costituiscono un'ulteriore sperimentazione del modello iniziale, in quanto situate in location particolari: una all'interno del dipartimento DIY (do it yourself, area fai da te) del centro commerciale BHV Marais e l'altra in un supermercato Carrefour. A queste si aggiungono anche

4 Portinerie in 4 diversi mercati locali (Ordener, Anvers, Du Point du Jour, Grenelle).

Per misurare l'impatto sociale ed economico di LDMR, Vincent insieme a Ménascé e Moreau (2017), ha condotto due studi su un campione di 30 Lulùs attivi da almeno un anno. È emerso che:

- i livelli di soddisfazione generale sono alti per il 93% dei casi (dati a Marzo 2016) e il 70% ha dichiarato di essere orgoglioso di essere un Lulùs;
- i profili dei Lulùs sono variegati: studenti, pensionati, persone in cerca di un reddito aggiuntivo, RSA (Reddito attivo di solidarietà), impiegati part-time... la variabilità è ampia sia in termini di servizi offerti (giardinieri, elettricisti, sarte, informatici, ecc.) che a livello di formazione scolastica, col risultato che attività economiche e occupazioni tipiche di settori da sempre afflitti dal lavoro nero rientrano nei circuiti legali;
- a dispetto dei profili diversificati, l'80% dei Lulùs rispondenti sente di appartenere alla comunità di LDMR;
- il reddito ottenuto tramite LDMR si somma a quello derivato da altre fonti (lavoro retribuito, sussidi di welfare...): l'80% guadagna tra 400 e 600 euro al mese, il 20% oltre 1000 euro mensili grazie a LDMR;
- lo status di Lulùs è particolarmente adatto ai beneficiari RSA (Reddito attivo di solidarietà), in quanto consente di mantenere il sussidio RSA pur guadagnando degli extra attraverso LDMR;
- aumenta l'occupabilità sul mercato del lavoro convenzionale: chi opera come Lulùs trova più facilmente un lavoro stabile;
- per alcuni Lulùs, LDMR ha rappresentato un "salva vita", una opportunità per uscire da situazioni di significativo disagio personale o difficoltà professionale;
- anche da un punto di vista psicologico, lavorare con LDMR fornisce a molti Lulùs la fiducia in sé stessi di cui hanno bisogno (dichiarato dal 51% dei Lulùs intervistati) e li aiuta a sentirsi apprezzati e utili (dichiarato dal 77% degli intervistati);
- LDMR risponde al bisogno di flessibilità e indipendenza che un lavoro standard non concede;
- la maggior parte dei Lulùs apprezza il progetto sociale alla base di LDMR e l'idea di essere coinvolto nel rafforzamento di legami sociali a livello di quartiere.

Per concludere, LDMR si pone come soluzione innovativa da più punti di vista:

1. è un modo responsabile e su base locale per creare attività e servizi, rispondendo alle crescenti necessità delle persone che vivono in città;
2. si basa su una partnership pubblico-privata tra Comune di Parigi, business privati e cittadini-clienti;
3. garantisce una presenza fisica sotto forma di chiosco e rafforza le relazioni di vicinato/quartiere favorendo la creazione di legami sociali durevoli;
4. il modello si adatta alle attuali tendenze di urbanizzazione, terziarizzazione e crisi del lavoro, creando valore economico a livello di quartiere, bypassando i rischi del lavoro *freelance* e massimizzando l'utilità sociale delle piattaforme online.

## 5.2 Sperimentazioni italiane

Il modello di LDMR ha riscosso notevole successo, valicando anche i confini francesi per approdare in Italia con diverse sperimentazioni che cercano di replicarne il funzionamento. Tra queste si possono menzionare:

1. *Maniman* a Genova, quartiere Foce: è una Portineria di Comunità promossa dal consorzio di cooperative sociali Agorà in partnership con il Municipio Medio Levante del Comune di Genova, ANACI (Associazione Nazionale degli Amministratori Condominiali), AMIU (la partecipata comunale dei rifiuti) e Compagnia di San Paolo, che ha garantito il sostegno economico dell'operazione per il primo anno (2017).

*Maniman* (in dialetto locale "non sia mai") prevede l'allestimento di un chiosco tipo edicola e l'attivazione in orario di ufficio di tre persone al suo interno che lavorano come portieri di comunità. Compiti principali: supportare gli anziani del quartiere con microazioni come cambiare una lampadina, accompagnarli a fare la spesa, dare informazioni sulla raccolta differenziata, riattivare le relazioni territoriali tra negozianti e residenti, accompagnare i bambini nelle scuole del quartiere attraverso il sistema "piedibus", ecc.

L'obiettivo è implementare un modello di welfare di comunità per prendersi cura di un territorio e dei suoi abitanti: 1. cercando di innescare rapporti di "buon vicinato" e 2. tenendo in considerazione le fragilità e le necessità in un sistema che spesso vede proprio gli anziani e le giovani famiglie prive di

una rete di sostegno familiare ed escluse dai circuiti di supporto istituzionale (Sensi 2017).

2. *Sem Chi* è una sperimentazione di Portineria di Quartiere lanciata a Monza nel febbraio 2018, all'interno di Silva26, uno spazio di coworking e incubazione di impresa (seguito da Impact Hub Trentino con Mestieri Lombardia, Consorzio Comunità Brianza e Brianza Solidale), all'interno del Centro Civico San Carlo di Monza.

Nonostante la sperimentazione sia fallita è comunque utile raccontare l'esperienza: *Sem Chi* (in dialetto lombardo "siamo qui") aveva come obiettivo quello di fornire una risposta concreta ai bisogni locali attraverso una modalità relazionale inedita (ma antica allo stesso tempo), sfruttando le tecnologie digitali per conciliare risparmio economico e utilità sociale (Spena 2018). Al lancio la portineria poggiava su uno spazio virtuale e puntava ad essere un vero e proprio esperimento per capire se c'erano reali possibilità di trasformarlo in una nuova forma di business, basata sulle persone, sulla fiducia e sul supporto reciproco. Le portinaie selezionate tramite call erano tre donne in cerca di lavoro per la cui attività era previsto un rimborso spese. Il progetto è stato trattato come una vera e propria startup, procedendo per tentativi ed errori, analizzando i dati e i risultati, in modalità di apprendimento sociale (Taverna 2018). L'obiettivo era infatti testare, partendo dalla validazione dell'idea e senza modelli prestabiliti, la sostenibilità economica del servizio per comprenderne l'eventuale replicabilità.

3. *Portineria14*, nata a Milano in zona Ticinese nel 2016, si differenzia dal modello francese in quanto si tratta di un tradizionale bar trasformato da tre giovani donne in un punto di riferimento per il quartiere. I servizi sono offerti a titolo gratuito, non c'è scopo di lucro ma solo la volontà di darsi una mano tra residenti innescando dei meccanismi di fiducia reciproca. L'iniziativa ha attirato l'attenzione della Social Street Meda-San Gottardo e pur non rappresentandone la sede fisica ormai ne è diventata il principale luogo di ritrovo. Lo spazio è aperto a tutta la comunità, per studiare o lavorare, per esporre i propri lavori artistici/fotografici, per lasciare in consegna o ritirare pacchi/chiavi/libri; c'è un angolo per il book-crossing e nel tempo è stato creato anche un elenco di artigiani – idraulici, elettricisti, calzolari, muratori, imbianchini, ecc. – a disposizione di chiunque possa averne bisogno. Le fondatrici organizzano anche un banco alimentare, aperto un giorno a settimana, al quale chiunque può partecipare anche con un piccolo

contribuito in prodotti alimentari; non serve dimostrare di averne bisogno, è tutto fondato sulla fiducia (Alvaro 2016); inoltre ritirano indumenti usati da donare ai senza dimora. L'obiettivo è quello di ristabilire un contatto umano anche rispetto ad abitudini che negli ultimi anni sono state deman- date al web, con un guadagno in termini di tempestività e velocità, ma con uno svantaggio in termini di socializzazione. In cambio del loro impegno, le tre fondatrici, chiedono soltanto di sviluppare il senso civico, invitando ad esempio a tenere pulito lo spazio antistante alla portineria.

## Bibliografia

- Aloisi A. (2016), "Il lavoro 'a chiamata' e le piattaforme online della collaborative economy: nozioni e tipi legali in cerca di tutele", *Labour & Law*, 2 (2), pp. 16-56.
- Alvaro L. M. (2016), "A Parigi c'è Lulu, il portinaio di quartiere", *Vita.it*, <http://www.vita.it/it/article/2016/02/18/a-parigi-ce-lulu-il-portinaio-di-quartiere/138355/>.
- Bernardi M. (2018), *Sharing Economy e Anziani. Per una città delle relazioni*, Report per l'Alta Scuola Formazione SPI-Sindacato Pensionati Italiani.
- Barbery M. (2006), *L'eleganza del riccio*, Roma, Edizioni.
- Botsman R. (2015), "Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption—And What Isn't?", *FastCompany.it*, <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>.
- Castells M. (1996), *The rise of the network society*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Cinquelpalmi M. (2018), "Portierato sociale, quando il vicino di casa è il quartiere", *Vita.it*, <http://www.vita.it/it/article/2018/09/07/portierato-sociale-quando-il-vicino-di-casa-e-il-quartiere/148936/>.
- Comune di Milano (n.d.), "Custodi Sociali", <https://www.comune.milano.it/servizi/custodi-sociali>.
- D'Achille P. (2018), "Non sempre un portiere è un portinaio", *Accademia della Crusca* <http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/sempr-portiere-portinaio>.
- D'Amico P. (2017), "Milano, la rete dei custodi sociali: le 170 sentinelle del disagio sociale", *Corriere della Sera*, [https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/17\\_ottobre\\_06/milano-rete-custodi-sociali-170-sentinelle-disagio-sociale-16a11b20-a9fc-11e7-8f16-73b15a84ed49.shtml?refresh\\_ce-cp](https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/17_ottobre_06/milano-rete-custodi-sociali-170-sentinelle-disagio-sociale-16a11b20-a9fc-11e7-8f16-73b15a84ed49.shtml?refresh_ce-cp).
- Devoto G. e Oli G.C. (1981), *Dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier.

- Foundation Veolia (2018), “Lulu Dans Ma Rue opens its 9th venue in rue de Sèvres”, *Foundation Veolia*, Paris, <https://fondation.veolia.com/en/media/media/news/lulu-dans-ma-rue-opens-its-9th-venue-rue-de-sevres-paris>.
- Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2015), “The sharing economy: why people participate in collaborative consumption”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67 (9), pp. 2047-2059.
- Galdo A. (2017), “Una ragione per essere felici? Stanno (finalmente) ritornando i portieri”, *Linkiesta*, <https://www.linkiesta.it/it/article/2017/11/24/una-ragione-per-essere-felici-stanno-finalmente-ritornando-i-portieri/36281/>.
- Manfrini M.G. (2016), “Lulu dans ma rue: una soluzione a portata di tutti”, *Labsus*, <https://www.labsus.org/2016/03/lulu-dans-ma-rue-una-soluzione-a-portata-di-tutti/>.
- Marcenaro G. (2012), “Letteratura in lutto per la scomparsa delle portinerie”, *Il Mio Libro*, <https://ilmiolibro.kataweb.it/articolo/news/417/letteratura-in-lutto-per-la-scomparsa-delle-portinerie/>.
- Ménascé D. (2017), “Empowerment, legitimacy and social impact”, *Field Actions Science Reports*, Special Issue 16, p.6-7, <http://journals.openedition.org/factsreports/4273>.
- Ménascé D., Vincent C.E, Moreau M.M. (2017), “Smart Cities and new Forms of Employment”, *Field Actions Science Reports*, Special Issue 16, pp.17-21 <https://journals.openedition.org/factsreports/4290>.
- Perro S. (2018), “Il ritorno delle portinerie di quartiere”, *Casa Naturale*, <https://www.casa-naturale.com/vivere-green/storie/ritorno-delle-portinerie-di-quartiere/>.
- Piccaluga M. (2009), “Portieri milanesi in via d'estinzione: ogni anno chiudono 400 guardiole”, *Il Giornale.it*, <http://www.ilgiornale.it/news/portieri-milanesi-d-estinzione-ogni-anno-chiudono-400.html>.
- Rezzonico S., Voci M. C. (2014), “Le due vie per licenziare il portiere”, *Il Sole 24Ore*, <https://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2014-09-02/le-due-vie-licenziare-portiere--085910.shtml?uuid=ABMV8YpB>.
- Ricci M. (2014), “Portinaio, lavoro in via d'estinzione: «ma a Bari siamo uno status symbol»”, *Barinedita*, <http://www.barinedita.it/inchieste/n1337-portinaio-lavoro-in-via-d-estinzione-«ma-a-bari-siamo-uno-status-symbol»>.
- Romani V. (2018), “L'eleganza del riccio: Muriel Barbery e la ricerca dell'essenza”, *ArtSpecialDay*, <http://www.artspecialday.com/9art/2018/01/25/leleganza-del-riccio-barbery/>.
- Romei M. (n.d.), “A history of the concierge profession”, *HotelExecutive.com* [https://www.hotelexecutive.com/feature\\_focus/3719/a-history-of-the-concierge-profession](https://www.hotelexecutive.com/feature_focus/3719/a-history-of-the-concierge-profession).

- Schor J. (2014), “Debating the Sharing Economy”, *Great Transformation Initiative*, <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharingeconomy>.
- Sensi G. (2017), “A Genova arriva mani-man, il portiere di quartiere”, *Vita.it*, <http://www.vita.it/it/article/2017/03/13/a-genova-arriva-mani-man-il-portiere-di-quartiere/142743/>.
- Sundararajan A. (2016), *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.
- Taverna E. (2018), “Portinerie di quartiere in ogni città: tre buoni motivi per promuoverle”, *Labsus*, <https://www.labsus.org/2018/02/portinerie-quartiere-citta-tre-buoni-motivi-promuoverle/>.
- Vecchio Testamento, *Primo dei Paralipomeni (o Libri delle Cronache)*, Cap. XXVI, Versetto 1.
- Verga G. (1940), *Tutte le novelle*, I, pp. 559-60.
- Wolleb E. (2016), *La portineria di quartiere. Spazi della socialità per il Nolo Social District*, Milano, Politecnico di Milano, Scuola del Design, Corso L.M. in Interior Design.





# S

**Sale cinematografiche – LUCA D'ALBIS, ROSANTONIETTA SCRAMAGLIA**

**Stadio – SIMONE TOSI**



# S Una luce nel buio: dalle prime sale cinematografiche ai nuovi spazi

di Luca D'Albis<sup>1</sup> e Rosantonietta Scramaglia<sup>2</sup>

Nel saggio si descrive l'evoluzione delle sale cinematografiche su un piano storico e strutturale. Esse, infatti, sono state e sono tuttora un luogo di aggregazione e, per molto tempo, hanno costituito l'ambiente elettivo e quasi esclusivo della proiezione filmica. Si comincia con una introduzione storica, affrontando, sinteticamente, i passaggi cruciali subiti dalle sale italiane, per poi concentrarsi sulla descrizione delle diverse tipologie che nel tempo hanno fatto la loro comparsa nei paesi e nelle città della penisola: dalle grandi sale del centro, ai cinema d'essai, fino ad arrivare ai piccoli cinema a gestione parrocchiale. Pari importanza verrà data anche alle realtà che evadono dai confini della sala cinematografica, aprendo orizzonti verso spazi alternativi. La maggior parte degli esempi esposti nel saggio fa parte del circuito milanese, in quanto negli ultimi anni il capoluogo lombardo si è dimostrato all'avanguardia nella proposta di realtà cinematografiche alternative e la Lombardia la regione italiana con il maggior numero di sale e di spettatori (agcult.it).

*We will describe the evolution of cinemas on a historic and structural level. In fact they have always been places for social gathering and, for a long time, the chosen and almost exclusive location for movie screenings. We begin with a historical introduction, dealing briefly with the crucial stages that Italian cinemas have gone through, and will then focus on a description of the different types of cinema that over time have appeared in the towns and cities across the peninsula: from the large city centre cinemas, to avant-garde cinemas and small parish cinemas. Equal importance will also be given to situations that go beyond the confines of the cinema, opening horizons towards alternative spaces. Most of the examples described in this paper refer to the Milan cinema network, given that in recent years the city of Milan has proved to be at the forefront in offering alternative cinematographic proposals and Lombardy is the Italian region with the greatest numbers of cinemas and filmgoers (agcult.it).*

1. Luca D'Albis. Laureato in “Comunicazione, Media e Pubblicità” e, a pieni voti, in “Televisione, Cinema e New Media” presso l'Università IULM di Milano. Da sempre appassionato cinefilo, oltre che cultore della materia, ha collaborato, in ambito organizzativo, con il Noir in Festival e il Bobbio film Festival di Marco Bellocchio. Ha preso parte, in veste redazionale, all'evento Bookcity nel 2017 e ha partecipato alla progettazione e programmazione di diversi cineforum. Attualmente, collabora con progetti di ricerca patrocinati dall'Università IULM.
2. Rosantonietta Scramaglia si è laureata in Lingue e Letterature straniere e in Architettura, ha conseguito il dottorato in Sociologia e metodologia della ricerca sociale. Attualmente,

## 1. Le sale cinematografiche: una breve storia

Nonostante l'avvento del cinematografo lasci un segno indelebile nel quadro scientifico e culturale, è solo dopo una fase di definizione e stabilizzazione del sistema che fanno la loro comparsa le prime sale cinematografiche. Infatti, negli anni successivi alla storica presentazione del *Cinematographe* da parte dei fratelli Louis e Auguste Lumière, avvenuta il 28 dicembre 1895 al Gran Café del Boulevard des Capucines di Parigi, la nuova tecnologia comincia a diffondersi nel resto d'Europa, tramite l'organizzazione di eventi speciali per la proiezione delle produzioni Lumière e di altri film primogeniti della storia del medium.

Gli spazi che ospitano queste iniziative sono prevalentemente luoghi adibiti ad altre funzioni: magazzini, caffè e cantine, oppure teatri, la cui struttura verrà presa come modello per la progettazione delle prime sale cinematografiche (Turco 2018). In alternativa, fiere e spettacoli itineranti si fanno promotori del nuovo mezzo anche in realtà più isolate e di provincia, prive delle numerose possibilità offerte dalle grandi città.

Per assistere alla nascita delle prime sale studiate appositamente per la fruizione cinematografica, bisogna attendere la metà del primo decennio del Novecento, quando la diffusione del medium arriva a compimento, raggiungendo una stabilizzazione tale da portare anche l'Italia alla creazione di una produzione nazionale. La proiezione di *La presa di Roma* (Filoteo Alberini) nel 1905 (il 16 settembre a Livorno e poi il 20 settembre a Roma, in occasione dell'anniversario della vera presa della Capitale), segna l'inizio della storia del Cinema italiano (Brunetta 2003), aprendo le porte alla fondazione di una vera e propria industria che troverà il suo apice negli anni Dieci. È in questo periodo che, a partire da grandi città come Milano, Torino e Roma, aprono le prime sale cinematografiche ufficiali.

In trent'anni di attività, il numero di sale cresce esponenzialmente, distribuendosi su tutto il Paese. L'ascesa del cinema come nuova forma espressi-

è professore associato presso l'Università IULM di Milano dove tiene corsi di Sociologia. Ha esercitato attività didattica in diverse università e da anni svolge come responsabile, numerose ricerche. È autrice di varie pubblicazioni nazionali e internazionali su aree di interesse che spaziano dalle relazioni interpersonali ai vari aspetti della vita quotidiana, dai valori all'immaginario, dai modi di abitare e di viaggiare alle nuove forme di vita urbana e di condivisione.

va trova in termini architettonici particolare affinità con gli stili e i dettami dell'Art Déco che ben si amalgamano con l'espressione di un'identità fortemente borghese (Salamino 2009). Architetti e progettisti chiamati per la realizzazione degli spazi, come Filoteo Alberini e Alessandro Rimini, si rifanno esplicitamente al modello teatrale, non solo per le analoghe modalità di fruizione, ma altresì per permettere la polifunzionalità della sala, in grado di accogliere sia le performance dal vivo che le proiezioni in pellicola.

Dopo la profonda crisi a cui il cinema italiano va incontro negli anni Venti, a causa principalmente della forte instabilità post-Prima Guerra Mondiale e della feroce concorrenza del cinema americano, le sale italiane attraversano una fase di modernizzazione, anche e soprattutto a seguito dell'uscita, nel 1927, di *The Jazz Singer* (*Il cantante di Jazz*, Alan Crosland) e dell'avvento del sonoro. In epoca fascista, la settima arte assume una funzione primaria. Negli anni Trenta, il centro dell'industria cinematografica da Torino si trasferisce a Roma e Cinecittà, fondata nel 1937, diventa veicolo per la propaganda di regime (Brunetta 1989, 2003), mentre i cinematografi passano ad essere allo stesso tempo fondamentale strumento d'informazione (pilotata) di massa e luogo di svago e di evasione.

Sotto Mussolini vengono colte a pieno le enormi potenzialità comunicative del cinema (Manetti 2013), riprese in seguito anche da Hitler e dal Terzo Reich. E, a dimostrazione del peso che esso assume, nel 1932 viene inaugurata, in seno alla Biennale di Venezia, la Mostra Internazionale d'Arte cinematografica di Venezia, il primo festival cinematografico "moderno" della storia; mentre nel 1935 viene istituito il Centro sperimentale di cinematografia per istruire le nuove generazioni di operatori, tecnici e artisti.

Nel dopoguerra, con numerose sale andate distrutte in seguito ai bombardamenti, solo la promozione di piani urbanistici mirati alla ricostruzione porta a una rinascita del cinema in Italia. In un processo di riqualificazione degli spazi, molti luoghi vengono convertiti in nuove sale cinematografiche, in un periodo di forte riscoperta del cinema che culminerà col boom economico.

Negli anni Sessanta, un florido e inedito prestigio artistico, grazie a nuova generazione di autori, si affianca a un'affluenza di spettatori senza precedenti. Allora più che mai il cinema si lega a doppio filo con la realtà quotidiana, diventando parte integrante della vita e delle abitudini degli italiani.

Inoltre, è in questi anni che si articola un modello di diversificazione della visione, dividendo le sale in diverse fasce (prima, seconda e terza), permetten-

do non solo la fruizione del cinema indipendentemente dalle disponibilità economiche, ma anche di prolungare il periodo di permanenza di un film in cartellone, che può durare mesi se non, addirittura, anni.

Questo periodo di grande ricchezza prosegue per oltre un ventennio, trovando, tuttavia, negli anni Settanta e più ancora negli anni Ottanta una battuta d'arresto, quando la forte concorrenza delle neonate televisioni private, in grado di proporre una grande offerta di contenuti fruibili comodamente da casa, porta il cinema a una parabola discendente, con un notevole calo del numero di spettatori, costringendo molte sale a chiudere o a convertirsi in cinema a luci rosse. È in questa decade che comincia la fine dell'era delle monosala, che, non riuscendo a sostenere la significativa diminuzione di pubblico, aprono la strada alla moltiplicazione degli schermi all'interno di un unico ambiente, dando inizio all'epoca delle multisala (Albini 1982). Tale cambiamento non si concretizza solo nella struttura interna del cinema ma anche nel modello che per decenni ha costituito il percorso distributivo dei film: la suddivisione in prima, seconda e terza visione, in grado di sostenere le pellicole nel lungo periodo, viene soppiantata da una maggiore scelta costituita da un continuo e rapido cambio di programmazione.

In seguito, tra la fine degli anni Novanta e l'inizio del nuovo millennio, il modello delle multisala in Italia evolve ulteriormente, passando a uno stadio successivo con la fondazione dei primi multiplex. Nati negli Stati Uniti negli anni Ottanta, queste enormi strutture, che arrivano ad accogliere oggi tra le dieci e le diciotto sale, sposano l'idea di cinema come esperienza più ampia, che non si conclude con la sola visione del film, ma si accompagna alle più svariate attività. A tal ragione le sale sono situate all'interno di enormi centri commerciali, in grado di offrire ai visitatori ogni genere di servizio, dalla ristorazione ai negozi d'abbigliamento (Viviani 2004). Con la nascita dei multiplex si assiste a una graduale scomparsa del cinema nei centri delle città per spostarsi nelle periferie (Testori 2006), in grado di accogliere le grandi aree commerciali che comprendono anche le sale cinematografiche. Basti pensare quanto Corso Vittorio Emanuele a Milano, riconosciuto negli anni Sessanta come la Broadway del cinema milanese, sia oggi diventata una strada focalizzata prevalentemente sulla moda, e dei tanti cinema lungo tutta la via ne sono rimasti solo due (l'Odeon e l'Arlecchino).

Questa forma di gigantismo degli ambienti in cui il cinema viene collocato si rispecchia anche nelle modalità e nelle tecnologie adottate. Ora si investe in nuovi strumenti e supporti come l'IMAX, un sistema di proiezione atto alla

restituzione di un'immagine ultra-definita, con schermo di dimensioni tali da coprire l'intero campo visivo dello spettatore, o il Dolby Atmos, per rendere l'ambiente acustico della sala ancora più immersivo e avvolgente. In molte zone, specialmente in prossimità dei paesi di provincia, le grandi catene di multiplex, come The Space o UCI Cinemas, sono diventate l'unica opzione a disposizione per la visione in sala.

Per quanto concerne le tradizionali sale industriali, invece, l'abbandono della suddivisione in fasce di prima, seconda e terza visione ha portato a uno stato di apparente standardizzazione dei locali. Inoltre, se in passato i cinema erano soprattutto concentrati in alcune zone o quartieri delle aree metropolitane, oggi in buona parte delle città italiane, non esiste più una precisa localizzazione ma sono sparsi un po' ovunque.

Con questo nuovo ordinamento strutturale, la mancanza di un potere contrattuale forte da parte di molti cinema, incapaci di imporsi nei confronti dei distributori, porta a casi di *blockbooking*, ovvero a pratiche per le quali, se si desidera programmare film di successo, la casa di distribuzione impone anche l'acquisizione di pellicole dallo scarso appeal commerciale (Micciché 1998). In risposta a ciò, nascono i circuiti cinematografici: reti di sale che mediano tra i distributori e gli esercenti, conferendo maggior forza anche alle realtà più piccole, oltre a permettere la rotazione dei film tra le varie sale facenti parte della stessa agenzia. I circuiti, per quanto offrano numerosi vantaggi, allo stesso tempo, come vedremo in seguito, limitano anche il controllo sulla programmazione da parte delle singole realtà.

Sebbene rispondano a esigenze e, nella maggior parte dei casi, a pubblici differenti, le catene di multiplex e i circuiti cinematografici conservano diverse similitudini. Entrambi, infatti, ragionano e agiscono in termini aziendali, studiando e mettendo in pratica strategie promozionali che mirano alla fidelizzazione del cliente/spettatore, come, per esempio, l'emissione di *fidelity card* per accedere a sconti e offerte varie. La differenza principale è che, se i multiplex sono un'unica realtà societaria con singoli esercizi commerciali distribuiti sul territorio nazionale, i circuiti sono costituiti da sale con una propria identità giuridica, uniti da un accordo commerciale sulle modalità di distribuzione filmica.

Comunque, anche nella generale uniformità dei circuiti multiplex, sono presenti realtà in grado di distinguersi. In tal senso, il caso principe è quello dell'Arcadia di Melzo, multisala nata nel 1997, riuscita, col tempo, a imporsi come punto di riferimento per la fruizione cinematografica commerciale. Infatti, sep-



pur l'Arcadia sia stato il primo a importare il modello multiplex in Italia, esso si discosta significativamente dalla maggior parte delle altre strutture, in quanto realtà indipendente a tutti gli effetti. La gestione familiare dei suoi fondatori, la famiglia Fumagalli, permette un rapporto più diretto con il pubblico, verso il quale ha sempre dimostrato una notevole sensibilità non solo nella cura degli ambienti, ampi e accoglienti, ma anche e soprattutto per l'attenzione prestata alle cinque sale tra cui spicca la Sala Energia, vincitrice nel 2017 dell'*International Cinema Technology Award* per la miglior sala europea (Berni 2017).

Nonostante nel 2018 le sale italiane abbiano visto circa 90 milioni di spettatori (93 milioni Dati Box Office; 86 milioni dati Cinetel), esse si trovano oggi in condizioni di profonda difficoltà, soprattutto nell'attrarre un pubblico giovane. Infatti, secondo il Rapporto Cinema 2018, pubblicato dall'Ente dello Spettacolo, l'84,1% dei Millennials, pubblico di età compresa tra i 20 e i 35 anni, dichiara di andare al cinema solo una volta al mese, privilegiando la visione casalinga attraverso piattaforme streaming legali o illegali (Ferri 2018). Più in generale, il rapporto sul box-office complessivo del 2018 vede un calo diffuso in tutta Europa, con il -4% in Francia, il -2% in Spagna, il -5% in Italia e, addirittura, il -16% in Germania (Martini 2019).

Ciononostante, la "crisi del cinema" non comporta una conseguente crisi dei film. Al contrario, con la moltiplicazione dei canali e dei supporti disponibili, tra televisione, home-video e streaming, la consumazione di immagini audiovisive non è mai stata così elevata. Con l'emersione di questi nuovi attori, come le neonate piattaforme online, quali Netflix e Amazon, il cinema viene inserito in un contesto di ibridazione degli spazi dove esso perde quella centralità quasi reverenziale di cui ha goduto per tutto il corso del Novecento per diventare una delle molte alternative messe a disposizione del cliente. Tuttavia, ciò che si sta vivendo è una fase transitoria, nella quale molti aspetti devono ancora trovare una stabilizzazione e una più chiara definizione. All'interno dell'acceso dibattito che accompagna tali mutamenti, si fa largo la possibilità di dialogo tra vecchie e nuove realtà.

## 2. I cinema parrocchiali

Nell'ambito dell'esercizio cinematografico italiano, particolare rilievo assume, specialmente a partire dal secondo dopoguerra, i cinema parrocchiali,

conosciuti anche come “sale della comunità”. In passato, la Chiesa aveva vissuto il cinema con forte malessere, ritenendolo un luogo di “perdizione” che allontanava i fedeli dagli insegnamenti cristiani, ma, già a cavallo tra gli anni Quaranta e gli anni Cinquanta, inizia un processo di rivalutazione da parte delle diocesi che cominciano a comprendere l’importanza comunicativa del mezzo e ad aprire numerose sale.

Sebbene sia oltremodo complicato determinare con precisione quante sale parrocchiali siano state fondate a partire dal dopoguerra, dato che prima del 1962 la Siae si limitava a sommare il numero complessivo di cinema, senza fare nessuna distinzione di sorta tra quelli industriali e gli altri (Quaglietti 1980), oggi, il territorio italiano conta all’attivo circa 804 cinema della comunità, inclusi esercizi stagionali o discontinui. Di questi il 70% sono attivi da oltre vent’anni e il 30% ha tra i quaranta e i sessant’anni di vita (Bourlout, Fanche 2017: 3-7).

Nel panorama cinematografico complessivo, esse hanno ricoperto un ruolo fondamentale nella diffusione delle pellicole, specie nei paesi e nelle zone d’Italia dove la mancanza di altre sale ne impediva la normale distribuzione (Hipkins *et al.* 2017). Infatti, quando gli abitanti dei piccoli centri non avevano grandi possibilità di spostamento, le sale della parrocchia costituivano, per queste aree, l’unico modo per una visione filmica, anche se soggetta a un severo controllo censorio, come ben raccontato da Giuseppe Tornatore in *Nuovo Cinema Paradiso* (1988).

Lo status delle sale della comunità si articola anche attraverso la collaborazione con realtà adiacenti, siano esse pubbliche o private, in funzione di una valorizzazione del territorio. L’organo che ne coordina l’esercizio è l’ACEC (Associazione Cattolica Esercenti Cinema), fondata nel 1949 per mandato dell’Episcopato italiano, al fine di unificare e trainare tutto il sistema dei cinema parrocchiali della penisola (Chinnici 2003). L’apertura al cinema da parte della Chiesa vede come obiettivo, soprattutto nei primi tempi, la promozione della sala come estensione della missione parrocchiale, rafforzando, in modo particolare, i rapporti tra i membri della comunità. È infatti a tale scopo che l’ACEC, nel corso degli anni, ha cercato di sostituire il vetusto termine “sala parrocchiale”, eccessivamente vincolato all’immagine di mera appendice della parrocchia, in “sala della comunità”, in grado di restituire un senso di apertura e di condivisione culturale.

La maggior parte delle sale parrocchiali svolgono una doppia funzione di teatro e cinema, alternando la visione di film con concerti o recite di compagnie attoriali. Similmente alle sale indipendenti e agli spazi ibridi, raramente l'attività delle sale della comunità si focalizza unicamente sulle proiezioni aprendo, invece, a un vero e proprio circolo culturale, con l'organizzazione anche di eventi e mostre, atto alla coesione della collettività, mantenendo, tuttavia, il cinema al centro dell'offerta. Tale polifunzionalità e ibridazione degli ambienti, soprattutto negli ultimi anni, agevola la formazione di punti di ritrovo e socializzazione.

Le sale della comunità non mirano a target precisi, bensì si rivolgono alla collettività nel suo complesso. Secondo l'opinione degli esercenti, maggior seguito viene riscosso soprattutto da parte dei giovani di età inferiore ai 14 anni (indicato dal 47,42% dei gestori) – grazie anche alla mediazione e ad accordi con l'oratorio e l'istituzione scolastica – e degli adulti di età compresa tra i 35 e i 65 anni (indicato dal 92,06%) (Bourlout e Fanche 2017: 47).

Nonostante negli ultimi tempi si sia verificato un generale allontanamento dall'esperienza in sala, registrando un vertiginoso calo al botteghino, il caso delle sale della parrocchia costituisce un'eccezione. Come riportato da uno studio del 2017 condotto dall'Università Cattolica di Milano, la condizione del cinema della comunità rimane bene o male invariata, stabile, senza particolari crescite ma, allo stesso tempo, senza cali nel numero di biglietti venduti e nel livello di affluenza. Le motivazioni sono da ricercare, prevalentemente, nel legame che si è andato a formare gradualmente con la collettività, ormai fidelizzata. Inoltre, la capacità di reinventarsi a seconda delle situazioni, aprendosi alla polifunzionalità, è indubbiamente un elemento che mette questi cinema in una condizione di vantaggio, dando ai cittadini, anche se non credenti, motivo d'interesse. Difatti, la sala della comunità, soprattutto in anni recenti, non rimane circoscritta al ristretto gruppo di parrocchiani, ma si fa luogo di confine tra la chiesa e la piazza laica, avvicinando anche chi non è propriamente religioso ma che vuole godere ugualmente della visione di un film o, più in generale, partecipare all'attività culturale. Da questa prospettiva, l'attività promossa dai cinema della parrocchia apre anche a opportunità d'integrazione, includendo, in una società sempre più multi-etnica, anche individui di origine straniera, con usi e costumi differenti, dimostrando una sensibilità sociale.

Per quanto la scelta di film poco valorizzati commercialmente non costituisca la priorità per la maggior parte delle sale della comunità, gli esercenti

puntano comunque a un cinema di qualità, seguendo, nel caso, le indicazioni della Commissione Nazionale di Valutazione dei Film, allo scopo di attrarre un pubblico vario e diversificato, che vada dal bambino all'anziano. In numerosi casi, la proiezione viene affiancata da materiale extra, come articoli o recensioni, messi a disposizione degli spettatori per approfondire e avere maggiori informazioni sulla pellicola che ci si appresta a visionare. Il discorso, tuttavia, sulla scelta e sulla programmazione dei film da proiettare rientra in un ambito molto più ampio e complesso, variando e dipendendo in parte da scelte dei singoli gestori e in parte da accordi presi con le case di distribuzione. Generalmente, si tende a prediligere pellicole adatte a un ventaglio di pubblico ampio, con particolare attenzione alle famiglie, evitando, quindi, generi troppo specifici, come, per esempio, l'horror, che potrebbero interessare solo una nicchia ristretta di spettatori. Tenendo conto, inoltre, della grossa fetta di pubblico giovane che frequenta le sale della comunità, in accordo con le scuole, si opterà in larga misura per film che, oltre a intrattenere, possano anche ricoprire una funzione istruttiva e pedagogica.

Oltre alla programmazione, è fondamentale per le sale della comunità riflettere sugli elementi che la costituiscono come "contenitore". Non solo gli arredi ma anche gli strumenti a cui ci si affida. Sebbene questo dipenda, in larga parte, dalle disponibilità del singolo cinema, oltre che dalle zone e dalla tipologia di persone che la frequentano, la presenza di un contesto accogliente è importante per permettere l'affluenza anche in un ambiente circoscritto come può essere la sala parrocchiale. Inoltre, l'adeguamento ai nuovi standard tecnologici, per quanto oneroso, è fondamentale per non trovarsi di fronte a una condizione di assoluta obsolescenza. In tal senso un esempio può essere quello del cinema Excelsior di Sondrio, sala parrocchiale particolarmente attenta alle novità tecnologiche (Curtoni e Desantis 2018: 16).

### 3. I Cinema indipendenti e i cinema d'Essai

Nonostante i cinema indipendenti e d'essai possano essere distinti come due categorie di sale differenti, fra loro scisse, i numerosi casi in cui queste realtà coincidono hanno portato alla decisione di includerle sotto un'unica voce. Infatti, se buona parte dei cinema d'essai italiani, oggi, hanno seguito il modello dei multisala, entrando a far parte di network, quali, ad esempio, il *Circuito*

*cinema* o *Il Regno del cinema*, in passato esse erano sinonimo di indipendenza, libere dalle logiche distributive tradizionali per aprirsi a un cinema più ricercato e meno mainstream.

La particolarità delle sale indipendenti, specie quelle del passato, era l'idea di circolo cinematografico con la possibilità per gli spettatori di diventarne a tutti gli effetti soci. Il cinema era un vero e proprio club, dove si aveva la possibilità di visionare opere cinematografiche difficilmente distribuite altrove e dove si scavalcava il tradizionale modello di programmazione in fasce per assistere, anche in zone decentrate, a film in prima visione. Non è casuale che le prime sale d'essai italiane, su modello dei *Cinéma d'art et d'essai* (lett. "Cinema d'arte e di prova") francesi, nascano a inizio anni Sessanta, durante il periodo di maggior splendore vissuto dal nostro cinema. La circolazione di film impegnati già a partire dagli anni Cinquanta (ad opera di distributori lungimiranti), unita all'esigenza di spazi specializzati per la loro proiezione, porta vari esercenti ad aprire sale focalizzate su un'offerta ben specifica, per un pubblico dai gusti più sofisticati. La domanda per i film di Federico Fellini, Ingmar Bergman o Luis Buñuel, è infatti tale da favorire non solo un'esperienza culturale, ma anche un ritorno economico.

L'ascesa di questi cinema, votati, a differenza delle grandi sale del centro, a un approccio più intimista dell'esperienza filmica, in ambienti che rispettano e restituiscono maggiormente un'immagine di circolo, porta alla fondazione a Roma, nel 1962, dell'AIACE (Associazione Italiana Amici Cinema d'Essai), associazione che unisce, a livello nazionale, la maggior parte delle sale d'essai italiane. Successivamente, nel 1970, la direzione nazionale dell'AGIS (Associazione Generale Italiana dello Spettacolo), insieme all'ANEC (Associazione Nazionale Esercenti Cinema), danno origine al FAC, un comitato che promuove la diffusione di film d'arte e cultura in tutta Italia (Scerra e Sisi 2004).

La coalizione tra queste due realtà si batte, in particolare nel corso degli anni Settanta, per la tutela dei cinema d'essai e per il mantenimento della loro indipendenza. In questi anni, la frequenza delle sale indipendenti, è costituita prevalentemente da studenti e da intellettuali appartenenti, in larga parte, a un'area politica schierata. In un periodo, infatti, caratterizzato da un forte bipolarismo politico, che vede contrapporsi la Democrazia Cristiana e i partiti di stampo comunista e socialista, il cinema, in quanto arte più diretta e popolare,

veniva spesso coinvolto e sfruttato all'interno del dibattito ideologico, con la proposta di pellicole militanti e di denuncia.

Proprio questo aspetto è stato più volte al centro di non poche discussioni interne tra i frequentatori della sala: contrapponendo chi, da una parte, ritiene la proiezione di opere dall'appel più commerciale un tradimento dei valori originali del cinema indipendente e d'essai, e chi, dall'altra, vede nel compromesso maggiori possibilità di sostentamento per permettere all'attività di proseguire.

Oggi, questa immagine di cinema appare sempre più distante e le sale, anche quelle comunemente riconosciute come d'essai, si adeguano a un sistema dilagante, che limita fortemente la diffusione di pellicole potenzialmente interessanti, ma che non possono permettersi una grande presenza mediatica. Questo avviene in quanto il passaggio da distributore a esercente raramente risulta diretto ma, la maggior parte delle volte, viene mediato da agenzie che si occupano della gestione dei listini, noleggiando i film per le sale a loro affiliate. Tale paradigma si articola su un coordinamento del traffico distributivo. Tuttavia, la competizione tra agenzie concorrenti, influisce fortemente sulla libera scelta dei film da parte degli esercenti. Limitazioni, queste, che colpiscono soprattutto quelle regioni dove un oligopolio di agenzie tiene in mano la maggior parte dei film d'autore (Curtoni e Desantis 2018: 52-53).

Rimangono poche sale fedeli a un principio di assoluta indipendenza, e, per sopravvivere, cercano di rinnovarsi attraverso differenti strategie di proposta cinematografica. Simbolo della resistenza delle sale indipendenti a un sistema di controllo è il caso del cinema Mexico di Milano, che sotto la gestione e la direzione irriducibile di Antonio Sancassani, dà la possibilità a piccoli film di raggiungere il buio della sala cinematografica, senza correre il rischio di essere rimossi dal cartellone dopo pochi giorni di programmazione per mancanza di pubblico, e a giovani registi di emergere, come è accaduto a Giorgio Diritti con il suo film d'esordio *Il vento fa il suo giro* (2005). Oltre all'attenzione per produzioni indipendenti, il Mexico è famoso anche per la puntuale proiezione, due volte al mese, fin dal 1981, del film *The Rocky Horror Picture Show* (*Id.*, Jim Sharman 1975), con la presenza di un gruppo di attori che, travestiti come i protagonisti della pellicola, invitano gli spettatori a intonare e ballare le canzoni del film, in un ibrido tra cinema e show dal vivo (Spaventa 2011).

In tal modo, i cinema indipendenti hanno la possibilità di proseguire la loro attività attraverso la proposta di eventi e soluzioni accattivanti, in grado

di convincere gli spettatori a uscire di casa. La grande sfida per le sale nella contemporaneità, infatti, in un tempo in cui la fruizione audiovisiva è diventata prevalentemente casalinga e privata, è di trovare nuove strategie per riportare il pubblico a un'esperienza condivisiva per cui valga la pena lasciare le proprie abitazioni. Recentemente, molte realtà, siano esse piccole o grandi, hanno trovato soluzioni che, seppur in modo circoscritto, sono riuscite non solo a costruirsi un pubblico affezionato ma anche ad ampliare il proprio bacino d'utenza attraverso il passaparola e un sapiente uso dei nuovi mezzi di comunicazione digitale.

L'ibridazione degli spazi, in particolare, permette non solo di diversificare l'offerta, ma anche di ottenere un risultato economico altrimenti irraggiungibile. Il cinema viene affiancato da realtà alternative, raccogliendo più attività in un'unica dimensione. La forma più immediata di variazione è l'alternanza tra proiezioni cinematografiche e spettacoli teatrali, là dove la presenza di un palcoscenico ne consenta la realizzazione. Altre realtà, invece, spaziano dalla ristorazione, al servizio di bar/caffè, fino ad arrivare a spazi dove vengono organizzati concerti e show dal vivo. La distinzione con il microcosmo commerciale dei multiplex, caratterizzato da un'offerta tanto bulimica quanto indistinguibile e artificiale, è la personalità che i cinema indipendenti ibridi riescono a restituire, dando un'immagine di sé unica e irriproducibile. Se nei grandi multiplex, si parla di servizi paralleli indipendenti, non legati al cinema se non dalla condivisione del medesimo ambiente, i piccoli spazi cinematografici ibridi trovano nella convergenza di più attività la propria essenza, rimettendo la sala all'interno della vita culturale, artistica e sociale della città.

Gli esempi di ibridazione cinematografica sono vari e, come ben descritto da Nicola Curtoni e Emilia De Santis nel diario-guida *Alla ricerca della sala*, è possibile ritrovarli in tutta Italia (2018). A Milano, è rappresentativo il caso dell'Anteo, cinema nato negli anni Settanta (AA.VV. 2004). L'Anteo è un punto di ritrovo prediletto per i cinefili milanesi non solo perché rievoca nel pubblico il piacere della proiezione in sala, ma anche perché si è aperto a modalità di visione inedite. Già da due anni, infatti, grazie alla partnership con Eataly, ha introdotto un connubio tra cinema e ristorazione, permettendo agli spettatori di pranzare e cenare mentre sono intenti alla visione di una pellicola proiettata.

Tali tipi di offerta alternativa sono presenti anche in altre regioni. Caso simile è quello del Hart, storico monosala di Napoli, ristrutturato di recente.

Insieme cinema e bistrot; qui gli spettatori hanno l'opportunità di guardare il film coricati su letti o comodi divani, mentre chef stellati preparano squisite pietanze che vengono poi servite direttamente in sala.

Altre sale, invece, forti di una lunga storia alle spalle, predispongono piccoli musei dove vengono esposti cimeli e oggetti del passato. È il caso del Cinema Di Francesca di Palermo, attivo fin dagli anni Dieci del Novecento. Negli ultimi tempi ha allestito, all'ingresso della sala, uno spazio dove sono messi a disposizione dello sguardo del pubblico vecchie locandine, proiettori risalenti agli anni Cinquanta/Sessanta e, addirittura, il pianoforte che accompagnava le proiezioni prima dell'avvento del sonoro.

La comunicazione per queste realtà diventa di primaria importanza, specie se variegata e diversificata, adatta per raggiungere sfere e branche di pubblico più ampie. Coniugare, infatti, allo stesso tempo, un'informazione fisica e tangibile, come newsletter o comunicati cartacei, con lo sfruttamento dei moderni media digitali, nella fattispecie i social network, permette di avvicinare sia le nuove generazioni, sia chi, per questioni anagrafiche, non si affaccia a un tipo di comunicazione 2.0. Tuttavia, come già sottolineato, delle buone strategie comunicative non sono sufficienti da sole se non coniugate con un'offerta altrettanto efficace. È a tal proposito che gli attuali cinema indipendenti fanno affidamento su soluzioni che puntino a riportare lo spettacolo cinematografico a una condizione di "evento". Diversi sono gli esempi da cui attingere, dall'organizzazione di manifestazioni parallele come feste del cinema a maratone dedicate a una specifica saga cinematografica o alla filmografia di un autore in particolare, senza escludere incontri e workshop con ospiti di pregio, siano essi registi famosi o personalità importanti del mondo del cinema.

#### **4. Oltre la sala tradizionale: le realtà alternative**

Sebbene la concezione classica di sala abbia sempre ricoperto un ruolo fondamentale nel discorso cinematografico, non si escludono percorsi alternativi. D'altro canto, come già precedentemente espresso, il cinematografo nasce come una fantasmagorica luce nell'oscurità, in grado di mostrare, su una superficie, delle immagini in movimento, indipendentemente dal luogo in cui ci si trova. Solo diversi anni dopo, quando la settima arte ha cominciato ad



assumere una forma e un'identità precisa, sono cominciate a emergere le prime sale.

È su questo principio che nascono iniziative che puntano a conservare l'esperienza cinematografica anche facendo a meno della sala intesa in termini tradizionali. Nel corso degli anni, si sono susseguite diverse proposte per un tipo di fruizione differente. La più comune è, senza dubbio, la proiezione all'aperto, in piazze, giardini o parchi.

Recuperando, in qualche modo, il modello dei cinema itineranti, che si spostavano di paese in paese per far conoscere le meraviglie del cinematografo e, favorite dal clima ideale delle serate estive, le proiezioni all'aperto sono state in più occasioni e in varie forme, protagoniste delle diverse stagioni italiane. Celebre è l'Estate romana, manifestazione attiva fin dal 1977 e nata da un'idea di Renato Niccolini, allora assessore alla cultura a Roma, per far fronte all'emarginazione delle periferie capitoline, dove vengono organizzate proiezioni di film all'aperto in diversi spazi pubblici (Ongaro 2005).

In tempi ben più recenti, un'iniziativa simile è promossa dall'associazione Piccolo America, un gruppo di ragazzi che, dopo aver occupato nel 2012 il vecchio Cinema America di Trastevere per salvarlo dalla demolizione, organizzano in vari spazi della capitale arene gratuite per la visione di film su grande schermo all'aperto.

Tali iniziative costituiscono inoltre un modo per contrastare la flessione delle presenze in sala durante i mesi estivi, periodo che da sempre vede un maggior calo nella vendita dei biglietti e, al tempo stesso, danno occasioni di svago a chi rimane in città.

Un altro esempio di evento alternativo alla tradizionale esperienza in sala è quello de "Il Cinema Bianchini", iniziativa ideata nel 2017 dal Gruppo MilanoCard in partnership con Medusa Film per offrire forme differenti di fruizione filmica, programmando proiezioni in luoghi insoliti e caratteristici. Tra queste, "Cinema sui Tetti" permette agli spettatori di godere della visione di film sopra i tetti dei principali edifici di Milano, come, per esempio, in cima alla Galleria Vittorio Emanuele. Altrimenti "Cinema in Battello" dà l'opportunità di vedere una pellicola a bordo di un barcone sui navigli, anticipata dalla degustazione di un aperitivo. Infine, in accordo con l'Università Statale, si organizza il "Cinema Segreto", proiezioni di un'attenta selezione di film all'interno dell'Archivio e il Sepolcreto della Ca' Granda, uno dei luoghi più antichi e segreti di Milano che è stato aperto al pubblico solo dal 2018.

Ulteriori esempi di realtà alternative sono quelli che aprono l'esperienza cinematografica anche a persone affette da handicap. Dal 2005, infatti, in Italia sono iniziate delle sperimentazioni per rendere accessibili le sale e la fruizione dei film anche a persone che hanno disabilità alla vista e all'udito. Prendendo come ispirazione i dvd sottotitolati per i non udenti o con commenti per i non vedenti, a Milano vengono organizzate delle rassegne ideate da Cinema senza Barriere A.I.A.C.E (Associazione Amici Cinema d'Essai), che consentono la visione dei film ai disabili sensoriali dotati di cuffie, assieme al normale pubblico, in un'ottica di integrazione e condivisione.

Si tratta solo di pochi esempi in rapporto ai tanti che vedono beni architettonici come chiostrì e cortili, o paesaggi naturali quali vallate, parchi e giardini, adibiti a sale cinematografiche; oppure iniziative atte a un abbattimento delle mura non solo in senso fisico ma anche in senso metaforico.

## 5. Conclusione

Appare evidente quanto la concezione di sala cinematografica, in epoca contemporanea, sia fortemente cambiata. Non solo le moderne tecnologie hanno portato a un nuovo modo di approcciarsi alle immagini, ma, più in generale, anche il modo di porsi nei confronti delle sale e il ruolo che esse ricoprono nel panorama culturale italiano sono andati incontro a un profondo e significativo mutamento.

In anni in cui la fruizione di prodotti audiovisivi è vertiginosamente aumentata rispetto al passato, il grande schermo, per quanto continui a conservare un indiscutibile valore, non è più al centro dell'interesse di molti spettatori.

Complice la moltiplicazione dei supporti per la consumazione filmica, che ha portato a un graduale e concreto rimpicciolimento dell'immagine audiovisiva, l'esperienza in sala è divenuta, col tempo, da abituale a eccezionale, una delle molte possibilità messe a disposizione del pubblico. Non si tratta solo della migrazione da una visione collettiva e condivisa a una privata e casalinga, ma di un vero e proprio "possesso delle immagini in movimento". Con i nuovi *device*, quali *tablet* e *smartphone*, la visione cinematografica non è più costretta a una condizione di "staticità" ma, al contrario, è libera di essere fruita ovunque, in strada, sui mezzi pubblici, in treno, senza limitazioni di sorta.

La reverenza per quella sala buia e per quel grande schermo, che per decenni ha segnato l'immaginario collettivo, appare oggi ridimensionata.

Tuttavia, dai dati che emergono da una ricerca qualitativa effettuata da Epistene per Audimovie, lo spettatore ancora attribuisce alla sala quel valore "unico" che le fruizioni casalinghe più accelerate, frammentate e occasionali non consentono di avere (Pierleoni 2019). È opportuno, quindi, sottolineare quanto ci si trovi in una fase transitoria. Solo di recente piattaforme di *streaming* e *on-demand*, prima fra tutte Netflix, cominciano a instaurare un dialogo con le sale fisiche al fine di giungere a un compromesso soddisfacente, e i cinema, a loro volta, si trovano nella condizione di adattarsi a tali mutamenti, rivedendo e riorganizzando la propria struttura, oltre che riflettendo sulla propria identità. Nell'analisi e nell'approfondimento di diverse tipologie di sala presenti su suolo italiano, l'elemento principale che ricorre e le accomuna, dalle grandi multisala, fino ad arrivare alle monosala indipendenti o della comunità, è la pluralità di servizi messi a disposizione dello spettatore. Dal momento che la proiezione in sala ha assunto nella contemporaneità i connotati di un evento occasionale, specie per il pubblico generalista, compito degli esercenti è di studiare come far peso su questa realtà per rendere speciale e identificativa l'esperienza.

## Bibliografia

- AA.VV. (2004), *Anteo. 1979-2004: venticinque anni di cinema a Milano*, Milano, Feltrinelli.
- AgCult (2018), *Cinema, Lombardia prima in Italia per numero di spettatori (oltre 9 mln)*, <https://agcult.it/2018/09/04/cinema-lombardia-prima-in-italia-per-numero-di-spettatori-oltre-9-mln/>.
- A.I.A.C.E. – Associazione Italiana Amici Cinema d'Essai, *Cinema senza barriere*, consultabile online all'indirizzo: <http://www.mostrainvideo.com/p.aspx?t=general&mid=11&l=it>.
- Albini M. (a cura di) (1982), *La crisi delle sale cinematografiche in Italia: Il sistema multisale – L'Odeon a Milano*, Parigi-Roma, Gaumont.
- Berni A. F. (2017), *Arcadia di Melzo: la Sala Energia miglior nuovo schermo d'Europa agli ICTA Awards 2017*, <https://www.badtaste.it/2017/06/19/arcadia-melzo-sala-energia-miglior-schermo-deuropa-icta-awards-2017/250517/>.

- Bourlout A. e Fanche M. (2017), *I nuovi cinema paradiso. Cultura, territori e sostenibilità delle Sale della comunità*, Milano, Vita e pensiero.
- Brunetta G. P. (1989), *Buio in sala: Cent'anni di passioni dello spettatore cinematografico*, Venezia, Marsilio.
- Brunetta G. P. (2003), *Guida alla storia del cinema italiano: 1905-2003*, Torino, Einaudi.
- Chinnici G. (2003), *Cinema, Chiesa e movimento cattolico italiano*, Ariccia (Roma), Aracne.
- Curtoni N. e De Santis E. (2018), *Alla ricerca della sala: Il giro (d'Italia) dei cinema*, Tirano (SO), Edizioni del Mosaico.
- Ferri F. (2018), «*il biglietto è caro*», *i giovani amano il cinema ma disertano la sala*, consultabile online all'indirizzo: <https://www.mymovies.it/cinemanews/2018/154305/>.
- Hipkins D., Culhane S., Dilbultulo S., Treveri Gennari D., O'Rawe C. (2017), "Un mondo che pensavo impossibile. Al cinema in Italia negli anni Cinquanta", in Dagrada E. (a cura di), *Cinema e Storia 2016: Anni Cinquanta: Il decennio più lungo del secolo breve*, Soveria Mannelli, Rubbettino.
- Manetti D. (2013), *Un'arma poderosissima. Industria cinematografica e Stato durante il fascismo 1922-1943*, Milano, Franco Angeli.
- Martini G. (2019), *Sale cinematografiche italiane: nel 2018 un bilancio in chiaro-scuro*, <http://www.reportcult.it/cinema/item/2602-sale-cinematografiche-italiane-nel-2018-un-bilancio-in-chiaroscuro.html>.
- Micciché L. (1998), *Schermi opachi: il cinema italiano degli anni '80*, Venezia, Marsilio.
- Ongaro D. (2005), *Lo schermo diffuso: Cento anni di festival cinematografici in Italia*, Amazon Media EU.
- Pierleoni F. (2019), *Cinema, la magia è solo in sala*, [http://www.ansa.it/canale\\_lifestyle/notizie/tempo\\_libero/2019/05/30/cinema-la-magia-e-solo-in-sala\\_24f52a5fb8a2-45cb-9ffd-17bcd9107df8.html](http://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/tempo_libero/2019/05/30/cinema-la-magia-e-solo-in-sala_24f52a5fb8a2-45cb-9ffd-17bcd9107df8.html).
- Quaglietti L. (1980), *Storia economico-politica del cinema italiano (1945-1980)*, Roma, Editori Riuniti.
- Salamino S. (2009), *Architetti e cinematografi: tipologie, architetture, decorazioni della sala cinematografica delle origini, 1896-1932*, Reggello (Fi), Prospettiva Edizioni.
- Scerra L. e Sisi M. (2004), *Ardenza cinema d'essai: quando i film si vedevano in un circolo*, Livorno, Belforte Cultura.
- Spaventa S. (2011), "La sala dei miracoli: il Mexico", in Calbi A. (a cura di), *Milano, città e spettacolo: Teatro, danza, musica, cinema e dintorni*, Roma, Sassi.

- Testori S. (2006), *Forme e valenze dei cinema multiplex in Italia*, in Casetti F. e Fanchi M. (a cura di), *Terre incognite: Lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film*, Roma, Carocci, pp. 14-24.
- Turco M. G. (a cura di) (2018), *Dal teatro all'italiana alle sale cinematografiche: Questioni di storia e prospettive di valorizzazione*, Roma, Quasar.
- Viviani A. (2004), "Architettura e Multiplex", in *Turisbabel*, 47, febbraio.

# S

## Gli stadi di calcio e la città

---

di Simone Tosi<sup>1</sup>

Gli stadi di calcio costituiscono luoghi significativi e rappresentativi delle città contemporanee. San Siro, Parc des Princes, Wembley, Maracanã, Anfield evocano immediatamente le città in cui questi stadi si trovano: Milano, Parigi, Londra, Rio de Janeiro, Liverpool... Da alcuni decenni gli stadi calcistici sono sottoposti a profonde trasformazioni che originano tanto nei cambiamenti in atto nel mondo del calcio che nelle nuove forme e modelli di governo urbano. Lo stadio vede cambiare le sue funzioni, i suoi spazi interni e circostanti, le sue popolazioni. Questo contributo intende tracciare una breve storia dei modelli storici di stadio per discutere poi le attuali configurazioni di questi luoghi, mettendole in relazione con le più ampie trasformazioni che investono le città contemporanee.

*In contemporary cities football stadiums are significant and representative places. San Siro, Parc des Princes, Wembley, Maracanã, Anfield immediately evoke the cities where these stadiums are: Milan, Paris, London, Rio de Janeiro, Liverpool ... For several decades the football stadiums have undergone deep transformations originating both in the changes taking place in the world of football and in the new forms and models of urban governance. The stadium experiences changes in its functions, in its internal and surrounding spaces, in its populations. This paper intends to draw a concise account of the historical models of stadiums to discuss the current configurations of these places, relating them to the wider transformations that run through contemporary cities.*

### 1. Storia e trasformazioni attuali

Nell'antichità gli stadi ospitavano gare sportive ed ogni tipo di spettacolo e di manifestazione che necessitasse di ampi spazi e che richiamasse pubblici di

1 Simone Tosi è professore associato di Sociologia urbana presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università Milano-Bicocca. Si occupa di governo urbano, sociologia dello sport, processi di consumo, sociologia dei movimenti sociali. Tra le sue pubblicazioni: *Cultural Stadi. Calcio, città, consumi e politiche* (Ledizioni, 2018); *Piccolo Nord. Scelte pubbliche e interessi privati nell'Alto milanese* (con T. Vitale, Bruno Mondadori, 2011); *Consumi e partecipazione politica* (Franco Angeli, 2006).

grandi dimensioni. Nella Grecia antica le competizioni sportive avevano significati religiosi e civili e rappresentavano eventi di grande importanza politica, attraverso cui le élite cittadine e il potere locale manifestavano pubblicamente la loro capacità organizzativa e la loro grandezza. Ma i “grandi eventi” di quei tempi, come i classici giochi Panellenici, avevano anche importanti funzioni nel favorire l’incontro tra diverse città greche, costruendo e rinforzando legami economici e culturali (Trumpbour 2006). Nell’antica Roma le rappresentazioni sportive avevano un significato più decisamente spettacolare e costituivano un ingrediente essenziale di quella “tecnica di governo” passata alla storia come *panem et circenses*, mai del tutto caduta in disuso. Le strutture sportive nella Roma antica erano fondamentalmente due: il circo per le competizioni ippiche e atletiche e l’anfiteatro per quelle gladiatorie. Tali strutture avevano enormi capacità di ospitare spettatori ed avevano caratteristiche architettoniche assai ricercate e sontuose, in grado di celebrare la grandezza e la munificenza di sovrani e imperatori (tra tutte: il Colosseo) (Kratzmuller 2010).

Dopo una fase di grande diffusione e fortuna nell’era antica, gli stadi escono di scena. Le strutture costruite da greci e romani cadono progressivamente in disuso. In molti casi gli stadi presenti nelle città sono smantellati per lasciare spazio alle nuove necessità urbane e i materiali di cui erano fatti vengono riutilizzati per le nuove costruzioni.

La ricomparsa di stadi veri e propri, con le loro funzioni di spazi per competizioni sportive pubbliche e come spazi urbani riconoscibili e ricorrenti è relativamente recente. Si deve attendere la fine del ‘700 quando a Parigi, nel 1790, viene inaugurata l’arena in Campo di Marte, considerata il primo stadio permanente dell’era moderna. Da lì in poi migliaia di stadi hanno incominciato a punteggiare il paesaggio cittadino.

Ve ne sono di grandi e di piccoli, importanti o “di paese”. Qualcuno è solo un campo di calcio, magari con una pista di atletica a circondarlo. Altri hanno tribune più o meno sviluppate, talvolta semplici spalti di cemento o impalcature di tubi con qualche asse a fare da seduta. Molti sono opere architettoniche di imponente impatto visivo e destinate a essere profondamente identificate con le città in cui si trovano (Bale e Moen 1995).

Già dalla fine dell’Ottocento si costruiscono spalti e palchi intorno ai campi di gioco cui si accede attraverso il pagamento di biglietti con prezzi differenziati. I settori più costosi offrono punti di vista migliori e proteggono dalla pioggia e dal sole.

Nel corso del Novecento gli stadi diventano strutture complesse. Nei casi delle squadre più importanti raggiungono dimensioni imponenti e divengono un elemento urbano fortemente riconoscibile nel tessuto della città e del quartiere in cui si collocano.

Alcuni stadi assumono soprannomi in grado di renderli identificabili ovunque: il *Maracanà* di Rio (ufficialmente *Mario Filho*), *de Kuip* (La Vasca) del Feyenoord, *La Bombonera* del Boca Juniors a Buenos Aires (ufficialmente *Estadio Alberto José Armando*), lo storico stadio dell'Atletico Bilbao noto come *La Catedral* (ufficialmente *San Mamés*). Il *Beijing National Stadium* di Pechino è noto come *Nido d'uccello*, il milanese stadio *Meazza* come la *Scala del calcio*. Altri sono dedicati a eroi del calcio (di nuovo il *Meazza* a Milano, il *Ferraris* a Genova, il *Silvio Piola* a Novara), o di altri sport (il *Fausto Coppi* a Tortona, il *Braglia* a Modena, lo *Speroni* a Busto Arsizio).

Se gli stadi, nella loro forma essenziale, sono sostanzialmente strutture date da un campo circondato da tribune, tuttavia fin dalla loro diffusione dall'inizio del Novecento costituiscono una sorta di "genere architettonico".

Hanno il compito di rappresentare la squadra che vi gioca. Sono "la casa" del club, della società, dei suoi giocatori e dei suoi tifosi. Forme, fattezze e caratteristiche si sforzano di incorporare e comunicare i caratteri di chi vi abita. Lo stadio deve incutere rispetto e persino un certo timore negli avversari. Aspira ad essere riconoscibile, rinomato, capace di essere idealizzato. Inoltre è una struttura inserita e legata alla città e deve collocarsi nel tessuto urbano con una certa appropriatezza ed armonia.

Così, già dal primo Novecento si affermano, dapprima in Inghilterra, architetti specializzati nella costruzione di stadi. Tra tutti Scotsman Archibald Leitch, uno dei primi specialisti nel settore che tra il 1899 e il 1939 costruirà oltre 50 stadi in tutto il Regno Unito e alla cui opera si devono l'Highbury dell'Arsenal, lo Stamford Bridge del Chelsea e il Craven Cottage del Fulham a Londra, l'Old Trafford a Manchester e molti altri leggendari stadi inglesi.

Gli stadi di Leitch costituiscono una sorta di archetipo dello stadio moderno. Elementi ricorrenti del modello sono una tribuna principale corredata di seggiolini (in legno) e coperta da un tetto sostenuto da archi in ferro, gradinate sugli altri lati (generalmente scoperte), la presenza sia nelle decorazioni interne che in quelle esterne di colori e simboli legati alla squadra di casa. Naturalmente queste costruzioni sono anche un prodotto coerente con gli stili architettonici e i canoni estetici dell'epoca. Gli stadi di Leitch sono costruiti



secondo stili che immancabilmente, dato il periodo storico, presentano richiami tanto all'edilizia industriale che ai vezzi del liberty.

Gli stadi successivi continueranno a richiamare la struttura dettata da Leitch, mentre gli stili architettonici si svilupperanno seguendo le tendenze architettoniche di ciascuna epoca, coerenti con le diverse mode e gusti e al passo con gli avanzamenti che i progressi tecnologici hanno via via consentito.

Nell'arco temporale compreso tra l'inizio del novecento e gli anni '80-90 gli stadi hanno dunque visto trasformazioni delle loro caratteristiche progettuali e architettoniche. In modo estremamente schematico è possibile individuare due principali fasi (Powell *et al.* 2005).

La prima fase, che va dai primi decenni del Novecento fino agli anni '50-60, vede la costruzione di stadi pensati innanzitutto per accogliere il maggior numero possibile di spettatori. L'obiettivo di ogni nuova costruzione sorta in questa fase è di essere il più grande e capiente possibile. Questo genere di strutture non concede molto al comfort degli spettatori ed è quasi del tutto priva di fronzoli.

Molti stadi tra i più celebri sono tipici di questa fase. Il vecchio *Wembley*, a Londra, inaugurato nel 1923 e in grado di ospitare circa 100.000 spettatori; il *Santiago Bernabeu* a Madrid, degli anni '40, dotato di una capienza di 120.000 spettatori, poi ridotta a 90.000. Il principe dei giganti di questa generazione è indubbiamente il *Maracanã* di Rio de Janeiro che, costruito con 165.000 posti, ha ospitato non di rado folle intorno ai 200.000 spettatori. Ecco come lo descrive l'antropologo inglese Desmond Morris:

Costruito come un enorme ovale, il Maracanã era lungo 320 metri e largo 280. La cima delle tribune si elevava a più di trenta metri dal suolo, e gli spettatori che sedevano nei posti peggiori finivano per essere distanti 120 metri dal centro del campo [...]. Il campo del Maracanã era circondato, come se fosse un antico castello, da un profondo fossato largo tre metri, e per gli spettatori in delirio non c'era modo di superare questo ostacolo e invadere la sacra arena. Le tribune a tre anelli, costruite con 435.000 tonnellate di cemento, ospitavano 36.000 persone nell'anello inferiore, detto *geral*. Nel secondo anello c'era posto per 30.000 persone nella *cadeiras*, e per altre 1500 in 300 cabine da cinque sedili ciascuna dette *camarotes*. L'anello superiore, più grande, chiamato *arquibancada* offriva 100.000 posti a sedere e parecchio spazio per gli spettatori in piedi. [...] In una parola, il Maracanã era un gigante (Morris 1981: 57-58).

A partire dagli anni '60 si apre una seconda fase. Questa nuova generazione di stadi coincide con l'inizio di un periodo di crescita economica e di benessere nella maggior parte dei paesi industrializzati che vede un generale miglioramento delle condizioni di vita e la progressiva affermazione di più elevati standard di benessere e di comfort. Anche gli stadi si adeguano alla nuova domanda di comfort. Fanno la loro comparsa inediti servizi per gli spettatori – toilette, punti di ristoro e di vendita di cibi e bevande – come elementi qualificanti delle nuove strutture. Nello stesso periodo la partita di calcio inizia ad entrare in competizione con una serie diversificata di proposte di loisir. Gli stadi sono ora costruiti per numeri di spettatori ben lontani da quelli descritti sopra e raramente vedono superare la capienza massima di 80.000 persone. Più spesso, anche per le squadre impegnate nelle serie maggiori, 30-40.000 posti sono considerati un dimensionamento più che sufficiente. Sono esempi di stadi tipici di questa seconda fase l'*Olympiastadion* di Monaco di Baviera, costruito per le Olimpiadi del 1972, il *Vicente Calderón* dell'Atletico Madrid e, ancora in Germania, il *Westfalenstadion* (ora *Signal Iduna Park*) del Borussia Dortmund. Si tratta di stadi che corrispondono alle caratteristiche dimensionali e di organizzazione dei servizi sopra citati. Naturalmente anche gli stadi più vecchi intraprendono, dagli anni '60 in avanti, percorsi di adeguamento strutturale tesi a rendere le strutture di vecchia concezione più aderenti alle nuove domande.

In questa fase gli stadi incominciano ad assumere alcuni caratteri che troveranno poi significativi sviluppi negli ultimi decenni. Anzitutto gli stadi sono sempre più delle "fortezze". Il tema della violenza nel tifo calcistico diventa sempre più presente nel calcio e intorno e dentro agli stadi fanno la loro comparsa misure progettuali ed organizzative atte a limitare e prevenire il fenomeno. Ai cancelli di ingresso compaiono recinzioni sempre più impenetrabili, tornelli attraverso cui gli spettatori devono passare in modo ordinato e funzionale ai molti controlli. All'interno vengono predisposte barriere intese a mantenere separati gli opposti gruppi di tifosi. Fanno la loro comparsa sistemi di telecamere a circuito chiuso in grado di monitorare e registrare tutto ciò che avviene sugli spalti. Dalla fine degli anni '80 lo spazio delle rustiche gradinate di cemento dove trovavano posto (generalmente in piedi) i tifosi in possesso di biglietti "popolari" cede il passo ai seggiolini numerati nei nuovi stadi "all-seater", introdotti in Inghilterra sulla base delle indicazioni del rapporto Taylor – voluto dal governo Thatcher in seguito al clima di allarme intorno al

“fenomeno hooligan” e dopo la tragedia avvenuta allo stadio di Hillsborough – e poi rapidamente diffusi in tutta Europa.

A partire dagli ultimi due decenni del Novecento si apre una fase nuova, di cui oggi vediamo pienamente gli sviluppi. Gli stadi non sono più trattati come opere a sé stanti. Sia dal punto di vista progettuale che concettuale essi vengono integrati in più ampie opere di pianificazione di aree commerciali e dedicate al loisir. Divengono una sorta di parchi a tema, in cui hanno luogo eventi spettacolari e commerciali assai vari. Dentro lo stadio, o nelle sue immediate adiacenze, trovano spazio ristoranti, negozi, musei dedicati alla storia della squadra, centri commerciali, spazi destinati alle clientele *corporate* (sale conferenze, salotti privati ecc.).

Questi nuovi stadi presentano caratteri di novità rilevanti anche nelle caratteristiche architettoniche. Anche oggi, come ai tempi di Scotsman Archibald Leitch, molti importanti architetti si cimentano nella produzione di grandi stadi, in alcuni casi specializzandosi in questo tipo di progettazioni e moltissime sono le cosiddette “archistar” che hanno progettato stadi (Renzo Piano, Kengo Kuma, Zaha Hadid, Kishō Kurokawa, Herzog e de Meuron). Le configurazioni architettoniche di questi manufatti sono oggi sempre meno rudi e “semplici”. Si evidenzia la distanza dalle architetture moderniste che caratterizzavano gli stadi fino agli anni '60, orientate alla massimizzazione della resa funzionale delle strutture. Le nuove architetture degli stadi sono oggi considerate vere e proprie opere d'arte.

Le soluzioni adottate per le coperture degli stadi sono un concentrato di tecnologia e di ricerca dell'effetto sensoriale (King 2010). Molti stadi dispongono di tetti che possono essere aperti e chiusi in ragione delle condizioni meteorologiche. Un esempio in tal senso è il nuovo stadio di Wembley a Londra. Così lo descrive lo studio Foster & Partners nel suo sito:

Una caratteristica fondamentale del nuovo stadio è il suo tetto parzialmente retrattile. Quando è completamente aperto, consente alla luce solare di raggiungere l'intero campo, per mantenere la perfetta qualità del tappeto erboso. In caso di maltempo, il tetto può essere chiuso in 1 ora, provvedendo alla copertura di tutti i 90.000 posti a sedere. Il tetto è supportato strutturalmente da uno spettacolare arco di 135 metri che svetta sullo stadio, fornendo un sostituto iconico per la vecchia coppia di torri [caratteristiche del precedente storico stadio di Wembley]. Illuminato in modo scenografico di notte,

l'arco sarà visibile dai punti panoramici di tutta Londra. (si veda: <https://www.fosterandpartners.com/news/archive/2007/05/wembley-stadium-opens-in-london/>).

Se i tetti degli stadi sono ingredienti funzionali, orientati a proteggere dalle intemperie gli spettatori, essi hanno anche un ruolo importante nel definire il rapporto tra stadio e città. Lo statunitense *Mercedes Benz Stadium* (noto anche come *Atlanta Pantheon*), inaugurato nel 2017, è uno degli stadi più costosi mai costruiti. È stato progettato come un gigantesco Pantheon, ricoperto da otto pannelli mobili di 27.500 tonnellate, in grado di schiudersi come un fiore in soli 12 minuti. L'impatto di strutture di questo tipo è evidentemente di grande effetto dalla prospettiva degli spettatori. Ma è dal cielo che essi mostrano il loro volto migliore. Gli stadi contemporanei devono essere visibili da lontano, avvicinandosi alla città in aereo o dalle principali autostrade, rappresentando in modo efficace gli sponsor che danno il nome alla struttura e dando corpo all'alleanza tra club calcistici e capitali globali tipica dell'economia liquida postmoderna, in cui i simboli sono il fulcro della produzione (Harvey 1993).

Come i tetti, anche le facciate divengono sempre più sceniche e spettacolari. Nulla a che vedere con i classici muri di cemento o mattoni – si pensi al Luigi Ferraris di Genova (*Marassi*), all'*Highbury Stadium* di Londra, all'*Olympiastadion* di Stoccolma, al vecchio *Filadelfia* del "Grande Torino". Gli stadi più recenti hanno spesso facciate studiate per sfumare il confine tra lo spazio interno e lo spazio circostante lo stadio. Attraverso l'utilizzo di superfici vetrate o di portici lo stadio perde la sua separatezza e diventa parte integrante della città. Le connessioni tra gli spazi divengono meno scandite e separate di quanto si osservava per gli stadi di tipo tradizionale. Si stempera quel carattere di monoliticità tipico dei grandi stadi novecenteschi. Colori e forme divengono ora mutevoli, grazie all'uso di materiali e tecniche ad hoc. Gli architetti che hanno progettato l'*Allianz Arena* di Monaco lo descrivono così:

L'Allianz Arena [è] un corpo illuminato che può cambiare aspetto, situato in un paesaggio aperto [...] Come un enorme corpo luminoso, lo stadio definisce una nuova posizione nel paesaggio aperto a nord tra l'aeroporto e il centro di Monaco. La copertura del corpo luminoso è composta da grandi e scintillanti cuscini in ETFE [un particolare tipo di polimero plastico] bianco a forma di diamante, ognuno dei quali può essere illuminato separatamente in bianco, rosso o azzurro. Lo stadio ospiterà due squadre di calcio locali, l'FC Bayern

Monaco (colori del club: rosso, bianco) e il TSV 1860 (colori del club: blu, bianco). Il colore dei cuscini può essere controllato digitalmente in modo che la squadra di casa che gioca nello stadio possa essere identificata dall'esterno: rosso per il Bayern Monaco, blu per il TSV 1860. L'aspetto mutevole dello stadio aumenterà la sua attrazione come monumento urbano anche per le persone che non sono interessate al calcio. (si veda: <https://www.herzog-demeuron.com/index/projects/complete-works/201-225/205-allianz-arena.html>).

La fluidità di tetti e facciate, la loro mobilità e il loro carattere cangiante, ben rappresentano il preteso carattere mobile delle relazioni nella postmodernità. I confini si fanno morbidi e porosi, le appartenenze sono mutevoli e temporanee. Lo stadio è confortevole e accogliente, ospita chiunque voglia partecipare al rito collettivo del calcio, allo spettacolo della città.

È a questo tipo di modello che si ispirano gli stadi dell'ultima generazione. Di questo genere sono l'*Allianz Arena* del Bayern Monaco, l'*Allianz Stadium* della torinese Juventus, l'*Amsterdam Arena* dell'Ajax di Amsterdam.

## 2. Funzioni e popolazioni che cambiano

A fronte delle trasformazioni morfologiche, fisiche e progettuali che gli stadi hanno avuto nel corso degli anni si riscontrano naturalmente profonde trasformazioni nelle loro funzioni, nei loro usi, nel rapporto con gli ambienti entro cui si inseriscono, nel tipo di popolazioni che li abitano e nelle pratiche che tali popolazioni mettono in atto.

Lungo il corso del Novecento lo stadio è stato un potente simbolo di identificazione per ingenti masse di tifosi. Tifare per la squadra locale e andare allo stadio ha rappresentato un importante ingrediente della partecipazione sociale ed ha costituito un potente meccanismo di integrazione cittadina. Lo stadio ha spesso funzionato da spazio entro cui costruire appartenenze, grazie alla ritualizzazione delle pratiche di tifo, le coreografie, i cori, le forme di manifestazione del proprio sostegno e della propria opposizione all'avversario. Lo stadio è un palcoscenico sul quale si esibiscono gli attori cittadini. Personaggi politici e legati al mondo dello spettacolo sfilano nelle varie tribune vip e tribune d'onore; mentre sui parapetti delle curve gli striscioni testimoniano spesso

la presenza di specifici gruppi urbani, di fan club di città circostanti o talvolta di rappresentanze professionali e sociali.

Dentro lo stadio si è – per così dire – riversata la città, nelle sue cangianti forme storiche. Negli anni '50 e '60 città come Torino e Milano, meta delle migrazioni interne dal sud Italia, vedono riversarsi nei loro stadi migliaia di nuovi cittadini di origine meridionale che sperimentano e attestano la loro nuova appartenenza alla città e ai loro club calcistici “vittoriosi”. Negli anni '70, la forte politicizzazione della vita sociale ha un suo correlato dentro lo stadio in una visibile “politicizzazione delle curve” che vede trasferirsi nel tifo parte delle simbologie e delle retoriche proprie della vita urbana (Navarini e Tosi 2019).

Per gran parte della loro storia moderna gli stadi sono stati essenzialmente luoghi pensati per gli spettatori delle partite. Le loro strutture relativamente semplici – un campo circondato da gradinate a fare da spalti – svolgevano la funzione di dare alloggio al pubblico per un paio d'ore la settimana.

Progressivamente, soprattutto con la piena affermazione della società dei consumi a partire dagli anni '60, gli stadi hanno occasionalmente svolto la funzione di ospitare grandi raduni di massa anche extra-sportivi. In questo senso, un ruolo particolare è quello che si lega alla musica rock. Giusto per citare alcuni dei più famosi e rappresentativi eventi di questo tipo, San Siro accoglie 100.000 persone per il concerto di Bob Marley del 1980 e i Rolling Stones si esibiscono al Comunale di Torino nel giorno in cui la Nazionale di calcio italiana conquista il trofeo mondiale nella finale al Santiago Bernabeu contro la Germania. Dagli anni '90 in avanti i concerti allo stadio diventano un evento ricorrente che entra stabilmente nella programmazione musicale *live*. Ma al di là di questo tipo di eventi extra-sportivi – ed altri potrebbero essere menzionati, come i raduni religiosi organizzati per le Giornate Mondiali della Gioventù ecc. – gli stadi restano, come si è detto, strutture essenzialmente pensate e destinate alla partita di calcio.

È a partire dalla fine degli anni '90 – un poco prima in altri contesti europei come Inghilterra, Olanda e Germania – che, come si è accennato sopra, il modello di stadio del secolo precedente entra in una fase di profonde trasformazioni. I nuovi stadi non sono più semplicemente il luogo dove assistere alla partita di calcio ma incorporano, accanto alle tradizionali finalità sportive, nuove funzioni. Gli stadi attuali sono “*integrati*”, cioè progettati per ospitare

varie attività e per potere funzionare 365 giorni all'anno (Cacciari e Giudici 2010, Tosi 2018).

All'interno dello stadio vengono collocati servizi commerciali e di intrattenimento in grado di attrarre i visitatori anche al di là del tempo della partita. Si tratta di un approccio coerente con il processo di *commodification* in atto nel calcio moderno, sempre più concepito come mercato in cui i tifosi sono clienti da conquistare attraverso adeguate strategie di marketing (Zagnoli e Radicchi 2010). Grazie alla sua componente simbolica e identitaria, il calcio costituisce un prodotto assai specifico, in grado di catalizzare ampie platee di persone verso forme di consumo più complesse della semplice fruizione della partita di calcio (Giulianotti 2002, Giulianotti 2005, Tosi e Palvarini 2013).

Molte sono le attività organizzate per dare forma al modello. Vi sono innanzitutto le attività di intrattenimento organizzate nel giorno della partita per coinvolgere i tifosi prima e dopo l'evento (nel gergo del marketing sportivo: "sport production"). Stand di marchi sportivi allestiti in collaborazione con le aziende, spazi attrezzati con *consolle* elettroniche che invitano il pubblico a misurarsi con i più moderni videogame, spettacoli dal vivo, postazioni presso cui è possibile farsi dipingere i colori del club di casa sulle guance o sui capelli ... E poi numerosi bar di tipo tradizionale e ampie aree ristorante che rimangono aperte prima e dopo il *match* per consentire ai tifosi che scelgano di giungere allo stadio in anticipo di consumare il proprio pasto prima di assistere alla partita, fermandosi poi nelle aree ristorante anche oltre la fine del *match* per guardare gli *highlights* dell'incontro e altre trasmissioni sportive. Lo stadio è concepito anche per essere utilizzabile per attività estranee alla componente sportiva. Gli Sky Box – cioè palchi che affacciano sul campo e che sono affittati alle aziende per la stagione calcistica – sono attrezzati come veri e propri salotti, con divani in pelle e giganteschi e moderni televisori. Qui è possibile consumare pasti completi serviti da camerieri dedicati. Sono disponibili sette giorni su sette come sale riunioni esclusive, rendendo lo stadio anche un prestigioso *setting* in cui fare affari. Alcuni stadi dispongono di sale conferenze, ad uso di convention aziendali, corsi di formazione, cene, mostre o gala. Molti stadi propongono un museo dedicato al club di casa. Cimeli, trofei, divise storiche, oggetti personali di grandi campioni che hanno ricoperto ruoli significativi nella storia del club e nell'immaginario dei tifosi attraggono spesso folle di visitatori, al pari talvolta di quanto succede per i più blasonati musei artistici o storici. In Spagna il museo del Real Madrid al *Santiago Bernabeu* risulta essere

il terzo museo più visitato della città, mentre al *Camp Nou* il museo dedicato al Barcellona si attesta da diversi anni come lo spazio espositivo più visitato della Catalogna, con oltre 1,5 milioni di visitatori annui (si veda: <https://www.calcioefinanza.it/2016/06/18/musei-del-calcio-real-e-barca-leader-lesperienza-innovativa-di-casa-milan/>). Oltre al museo anche lo stadio può essere visitato, come un castello o un palazzo storico. Non di rado è prevista la possibilità di tour guidati dell'impianto, consentendo a tifosi o semplici curiosi di visitare i luoghi più significativi dello stadio, accedendo alle tribune e a zone normalmente vietate all'accesso del pubblico che costituiscono i luoghi più caratteristici e simbolici dell'immaginario calcistico, come la panchina e gli spogliatoi (Gammon e Fear 2005).

Le trasformazioni più recenti degli stadi sono coerenti con la fase attuale delle politiche urbane. La spinta imprenditoriale impressa alle città dalle politiche economiche prevalenti dalla fine degli anni '70 ha favorito lo sviluppo di "entertainment cities" (Clark 2011): *loisir* e consumi costituiscono importanti assi di sviluppo e orientano le dinamiche degli investimenti immobiliari. Sul piano delle popolazioni queste dinamiche corrispondono spesso ad esiti di gentrificazione. Al livello locale è necessario che si producano condizioni favorevoli nelle configurazioni del governo urbano, in un articolato e spesso complesso processo di negoziazione tra molteplici interessi.

Lo stadio è un microcosmo dentro cui si muovono grandi masse di persone.

Sul piano organizzativo e gestionale, si tratta di un sistema complesso, che ha bisogno di una continua manutenzione e che coinvolge un numero di addetti ingente. È difficile quantificare con precisione quante persone lavorino in uno stadio di calcio. Il personale fisso è in genere assai ridotto, nell'ordine di poche decine di dipendenti. Accanto a questi vi è poi una serie di persone addette a occupazioni "intermittenti", generalmente impiegate attraverso agenzie specializzate nell'intermediazione professionale. Vi è chi si occupa della manutenzione delle strutture (giardinieri, elettricisti, addetti alle pulizie ecc.). Ma la quota più ampia di personale è impiegata nel funzionamento dello stadio esclusivamente in occasione delle partite.

Cuochi, camerieri e barman sono impegnati nei ristoranti e nei bar che caratterizzano gli stadi attuali; intorno allo stadio i parcheggiatori gestiscono il flusso delle auto in arrivo; babysitter si occupano dei bambini, in "aree infanzia" nelle quali gli stadi offrono ai genitori la possibilità di lasciare i propri figli in debita custodia ...



Vi sono poi gli “steward”, resi obbligatori in Italia dal 2007 come figure adette alla gestione del pubblico e a servizi ausiliari dell’attività di polizia (Testa 2018). Basta un colpo d’occhio agli spalti di uno stadio durante una partita per notare le casacche fluorescenti – gialle o arancio – sparse tra il pubblico o allineate lungo i varchi e schierate sulle linee di demarcazione tra i diversi settori. Durante una partita “di cartello” il numero degli steward impiegati può facilmente raggiungere le 700-800 unità (Di Vico 2014).

E nel “match-day” non mancano le forze dell’ordine. Si tratta di un nutrito numero di operatori, coordinati dal GOS (Gruppo Operativo Sicurezza) presieduto da un funzionario di polizia nominato dal questore. Oltre che delle funzioni di polizia il GOS coordina ogni aspetto della sicurezza dentro lo stadio, dai vigili del fuoco, agli operatori sanitari (Sale 2010).

Ma, ovviamente, il cuore dello stadio è costituito dal pubblico. Il pubblico “di casa” è il “dodicesimo uomo”. Protagonista, tanto quanto i giocatori sul campo, delle sorti del club. E a completare il quadro, in genere in settori separati, i tifosi della squadra ospite. Si tratta di migliaia di persone, accomunate dalla passione per il calcio e dal comune amore per lo stesso club. Ma al di là di queste somiglianze il pubblico non è un attore omogeneo. Non lo è innanzitutto per i differenti modi con cui esprime il proprio tifo.

Le curve sono considerate i luoghi popolati dai tifosi più caldi. Spesso organizzati in gruppi che si dotano di un proprio nome e che esibiscono propri simboli e cori. Non di rado i tifosi “da curva” assistono alla partita restando in piedi e resistendo alle pressioni (e alle normative) imposte dagli stadi “all-seats”. Esibiscono coreografie minuziosamente preparate nel corso della settimana, intonano cori e slogan sotto la guida di un leader che funge da “maestro di cerimonie” (Dal Lago 1990, Edensor 2015).

Le tribune sono invece spazi più comodi, spesso dotati di seggiolini migliori e collocate in posizioni che consentono una migliore prospettiva sul campo di gioco. Qui l’età media è in genere più elevata e viene meno la dinamica collettiva e di gruppo tipica della curva.

Negli stadi, negli ultimi decenni, si è registrata una progressiva differenziazione dei settori, andando ben al di là della classica distinzione tra curve e tribune. La crescente targetizzazione dei pubblici attuata dai club ha prodotto una molteplicità di settori differenziati sulla base del comfort e dei servizi compresi nel prezzo. Le tribune si distinguono assumendo inedite gradazioni

(tribune autorità, tribune d'onore, lounge, sky-box ecc.) con prezzi altrettanto differenziati (Tosi 2019).

La crescita di spazi destinati a pubblici con una disponibilità economica alta o medio alta sta producendo una profonda trasformazione dell'immagine del tifoso e del calcio stesso. Il football è stato storicamente uno sport popolare, assai seguito da ogni ceto sociale. La classica distinzione nei biglietti tra "popolari", "distinti" e "tribune" (che ancora si ritrova in qualche stadio di provincia e in campionati minori) attesta la trasversalità sociale del tifo e della pratica dell'andare allo stadio.

La tendenza attualmente in atto indica in tutti gli stadi europei una robusta crescita del prezzo dei biglietti. A seguito di questi aumenti, il pubblico dello stadio ha finito per corrispondere sempre meno all'immaginario di un "tifo popolare". I gruppi meno disponibili ad affrontare gli attuali livelli di costo risultano progressivamente espulsi da queste strutture.

### 3. Tre stadi

#### *3.1 San Siro: palcoscenico dell'identità cittadina*

Lo stadio di San Siro a Milano è certamente uno degli stadi italiani di maggiore prestigio, anche a livello internazionale. Costruito per volere dell'allora presidente del Milan Piero Pirelli, viene inaugurato nel 1926 con una capienza di 35.000 posti, collocati lungo quattro tribune rettilinee. Nel 1935 lo stadio viene acquistato dal Comune di Milano che provvede ad ampliarne la capienza a 55.000 spettatori. E dalla stagione 1947/1948 diventa lo stadio delle due squadre di calcio milanesi. Nel 1955 viene aggiunto un secondo anello di tribune, a parziale copertura di quelle già esistenti, portando il numero di spettatori a 80.000. Nel 1980 San Siro è ufficialmente rinominato "Giuseppe Meazza", in onore al grande calciatore milanese (noto al pubblico meneghino come "Peppin"). In vista dei mondiali disputati in Italia nel 1990 ha luogo l'ultima importante trasformazione strutturale, con la costruzione del terzo anello e delle 11 caratteristiche torri cilindriche che consentono l'accesso alle gradinate, ottenendo una capienza di 85.700 posti, tutti coperti.

San Siro rappresenta un luogo di grande importanza per Milano. Le sue gradinate gremite di tifosi hanno svolto un importante ruolo nei processi di inclusione sociale nella città (Navarini e Tosi 2019). I neo-abitanti giunti a

Milano durante il primo grande flusso di migrazioni interne, hanno trovato nello stadio un importante luogo in cui rappresentare la loro appartenenza alla città. Lo stadio, con il suo pubblico di “milanesi” nativi e immigrati dal sud Italia di prima e seconda generazione, si è posto come specchio di una Milano crogiolo di ogni provenienza regionale d’Italia.

In una cronaca di Achille Campanile sul *Corriere dell’informazione* in occasione di un derby del 1954 la “Milano meticcica” emerge forte e chiara:

La differenza fra il derby romano e quello milanese [...] è che il primo divide in due partiti avversi i romani, mentre il secondo divide non soltanto i milanesi, ma gente di tutta Italia. Guardate: questa folla che gremisce le gradinate e gli spalti e che segue fissa, e come ipnotizzata, le traiettorie del pallone, le mosse dei giocatori, a volte trattenendo il respiro in un silenzio carico d’ansia, a volte esplodendo in uragani d’urla pro o contro l’una o l’altra delle due squadre, è composta soltanto in parte di milanesi. Tutti gli altri sono siciliani, calabresi, romani, napoletani, toscani, emiliani, veneti, piemontesi, ecc. ecc., che si sono milanesizzati. [...] Perché tale è la forza assimilatrice della capitale lombarda: che ad essa si viene da ogni regione d’Italia ma, quando si è qui, si fanno propri gli interessi, i sentimenti, le passioni e persino il carattere di essa. Guardate; quello spettatore laggiù che agita una bandierina rossonera è un pugliese. E non è certo milanese il suo vicino che, con la spuma alla bocca, scandisce: In-der... In-der... In-der... Terroni. Ma si sentono figli adottivi di Milano (Campanile 1954: 5).

Anche l’immagine di Milano come città produttiva, efficiente ed economicamente avanzata assume dentro lo stadio una vivida rappresentazione. Il successo calcistico delle squadre milanesi diviene metafora e manifestazione della “meneghinità” e dei suoi primati economici. Nel decennio dei ’60 i successi delle due squadre di Milano – la metà dei titoli di Campione di Italia, 4 Coppe dei campioni e 3 Coppe intercontinentali – è fatto corrispondere al successo della cosiddetta “Milano capitale economica del Paese”. San Siro diviene così la “Scala del calcio”, un palcoscenico calcato da politici, attori, imprenditori e ogni genere di personaggio pubblico di successo che desidera associare il proprio essere VIP allo stadio (e al calcio) più prestigioso del momento.

Oggi, da città manifatturiera e di fabbriche, Milano è stata profondamente investita dal passaggio ad un postindustriale nel quale ampio spazio è occupato da un’economia del loisir. È emersa negli ultimi decenni una Milano turistica e

che si propone come meta di richiamo per grandi eventi internazionali. L'Expo del 2015 ha costituito certamente l'apice di questa rappresentazione della città. Anche in questa nuova fase e in rapporto a questa immagine rinnovata, lo stadio racconta i segni del cambiamento. La presenza di tifosi occasionali in visita a Milano è divenuto un fatto abituale. Secondo i dati riportati da uno studio di Ticketbis (tra le principali agenzie internazionali di ticketing) i match disputati nello stadio di San Siro si collocano stabilmente ai vertici delle classifiche per numero di biglietti venduti all'estero, con trend stabilmente in crescita. Nel triennio 2014-2016 il derby tra le due squadre milanesi ha fatto registrare la crescita maggiore rispetto ad ogni altro match italiano (+250%), con una concentrazione di spettatori stranieri che ha visto particolarmente presenti statunitensi (10,8%), inglesi (8,8%) e francesi (7,3%) (Goalnomics-StubHub.it).

Ma non è solo lo spettacolo della partita a costituire un elemento di attrazione per i visitatori della città. Attraverso la notorietà e i successi del calcio milanese anche lo stadio di San Siro è diventato un luogo iconico, tra i più visitati dai turisti a Milano. Il ruolo di San Siro nell'attrarre flussi di turisti internazionali diviene di particolare evidenza in occasione di grandi eventi calcistici. La finale di UEFA Champions League tra Real e Atletico Madrid, disputata a Milano il 28 maggio 2016 ha portato a Milano circa 50.000 tifosi spagnoli, cambiando profondamente il volto del centro cittadino per alcuni giorni.

Oggi il destino di San Siro è al centro di un dibattito che presenta di volta in volta diversi possibili scenari. Un rinnovamento radicale che lo allinei maggiormente ai modelli recenti connessi a potenti infrastrutturazioni commerciali? Vendita della struttura a uno dei due club con definitiva uscita di scena del Comune che dal 1935 ne è stato proprietario? Demolizione completa della vecchia (ma gloriosa!) struttura che sarebbe sostituita da un nuovo e moderno stadio?

### ***3.2 Torino: lo stadio della Juventus nel nuovo millennio***

Il nuovo *Allianz Stadium* della Juventus rappresenta il caso più noto di stadio italiano coerente con il modello di stadio integrato di proprietà diffuso nella maggior parte delle realtà europee. Inaugurato nel settembre 2011, è stato costruito dalla Juventus sull'area del preesistente stadio Delle Alpi, ceduta al club bianconero dal Comune di Torino nel 2002 e ha una capienza complessiva di

41.500 spettatori. Il progetto dello stadio e delle strutture collocate nell'area circostante è opera di importanti studi di architettura italiani e il suo design risulta assai curato in tutti i suoi dettagli, grazie alla collaborazione di aziende specializzate del calibro di Giugiaro e Pininfarina (Tosi e Palvarini 2013).

Integra al suo interno una vasta gamma di servizi: un museo dedicato alla storia del club, sale conferenze, sky boxes dedicati alla clientela corporate, 2 baby parking, 13 punti vendita di merchandising, numerosi bar e 8 aree ristorante. Lo stadio è stato concepito nel quadro di un'operazione che coinvolge un'area assai più ampia di quella occupata dal campo di gioco e dalle strutture ad esso strettamente connesse. Il progetto ha previsto, accanto allo stadio, un centro commerciale su una superficie di 35.000 metri quadri, con 58 negozi, un ipermercato, megastore specializzati e un'area *food* con bar e ristoranti. Juventus ha inoltre acquisito dal Comune di Torino ulteriori 180.000 metri quadri di terreni contigui allo stadio, dedicati allo "J-Village", che comprende la sede sociale del club, un training center con 4 campi di gioco per gli allenamenti della squadra, il Media Centre, un Concept Store con ristoranti, negozi, spazi per l'intrattenimento e centri *fitness/wellness*, l'albergo "J-Hotel", a quattro stelle con 138 camere e un centro medico, il "J-Medical", gestito da una partnership tra Juventus e l'azienda sanitaria Santa Clara Group. Intorno al progetto di stadio si incardina dunque una vera e propria cittadella commerciale e ricreativa con attrazioni che alla tradizionale vocazione del club sportivo aggiunge nuove strutture e funzioni in grado di integrare le entrate del club diversificandone le strategie e gli obiettivi.

### 3.3 Da Highbury all'Emirates

Non di rado la riqualificazione di aree problematiche, dismesse o degradate, è affidata a uno sviluppo immobiliare che ha come fulcro la costruzione di un nuovo stadio integrato di proprietà. A Londra, nel 2006, il nuovo *Emirates Stadium* dell'Arsenal ha soppiantato Highbury, storica casa dei suoi tifosi, i "gunners", dal 1913. Il nuovo stadio conta circa 60.000 posti, contro i 38.000 della struttura precedente. Vecchio e nuovo stadio sorgono a poche centinaia di metri di distanza, nel distretto di Islington.

Oltre alla costruzione della nuova struttura, si è proceduto alla ricollocazione di numerosi uffici pubblici per rivitalizzare un'adiacente area degradata. Inoltre l'area del vecchio stadio di Highbury è stata profondamente riconver-

tita attraverso una progettazione immobiliare e all'implementazione di nuovi servizi locali. Parte delle storiche tribune è stata adattata a loft e sono state create numerose abitazioni di lusso oltre a spazi commerciali. Il campo di gioco è divenuto un ampio giardino sotto cui sono collocati un centro *fitness* e una piscina. Sono stati inoltre creati servizi per il quartiere tra cui un asilo, un centro sportivo che promuove programmi di recupero basati sull'attività sportiva per giovani in difficoltà e residenze universitarie. Nella riqualificazione le facciate fronte strada del vecchio stadio sono state lasciate intatte per il loro peculiare valore storico e per l'interesse dello stile Art Deco che le caratterizza. La costruzione dell'*Emirates Stadium* ha dato quindi un nuovo volto e nuova vita all'area, facendo di una zona "in crisi" un polo urbano di grande capacità attrattiva.

Il nuovo *Emirates Stadium* non ha sollevato proteste da parte degli storici tifosi. Da una parte ha giocato certamente una dimensione affettiva e legata alla tradizione. Il legame tra tifosi e stadi – la *topophilia* (Bale 2001, Tuan 1974) – è infatti assai profondo. In questo senso sono state adottate soluzioni progettuali che da una parte hanno provveduto ad integrare nella nuova struttura elementi caratteristici di quella preesistente. In particolare è stato spostato l'orologio di 2,6 metri di diametro che campeggiava sulla facciata di Highbury nel nuovo frontone dell'*Emirates*. Dall'altra il vecchio Highbury è stato parzialmente conservato nelle sue forme e nelle sue caratteristiche art deco, pur con nuove funzioni.

Dall'altra il trasferimento all'*Emirates* è coinciso con un progressivo ed incessante incremento dei prezzi dei biglietti che fanno dell'*Arsenal* la squadra più costosa per i suoi tifosi, sia per quanto riguarda i biglietti per il singolo match che per gli abbonamenti stagionali. Nel corso delle ultime stagioni i tifosi hanno a più riprese protestato contro il carattere progressivamente esclusivo/escludente che il football ha assunto in accordo con i nuovi modelli di gestione e di organizzazione degli stadi (Church e Penny 2013).

## Bibliografia

- Bale J. (2001), *Sport, Space and the City*, Caldwell, The Blackburn Press.
- Bale J. e Moen O. (1995), *The Stadium and the City*, Keele, Edinburgh University Press.

- Cacciari S. e Giudici L. (a cura di) (2010), *Stadio Italia. I conflitti del calcio moderno*, Firenze, La Casa Usher.
- Campanile A. (1954), “La partita (Milan-Inter) non è chiusa, sappiatelo!”, *Corriere d'informazione*, 9-10 novembre, p. 5.
- Church A. e Penny S. (2013), “Power, space and the new stadium: the example of Arsenal Football Club”, *Sport in Society*, 16 (6), pp. 819-834.
- Clark T. N. (2011), *The City as an Entertainment Machine*, New York, Lexington Books.
- Dal Lago A. (1990), *Descrizione di una battaglia: i rituali del calcio*, Bologna, Il Mulino.
- Di Vico D. (2014), “I mestieri da stadio costruiti intorno alla nuova fabbrica di gol”, *Corriere della sera*, [https://www.corriere.it/14\\_febbraio\\_04/mestieri-stadio-costruiti-intorno-nuova-fabbrica-gol-75906d1a-8db9-11e3-9737-22dadb171b02.shtml?refresh\\_ce-cp](https://www.corriere.it/14_febbraio_04/mestieri-stadio-costruiti-intorno-nuova-fabbrica-gol-75906d1a-8db9-11e3-9737-22dadb171b02.shtml?refresh_ce-cp).
- Edensor T. (2015), “Producing atmospheres at the match: Fan cultures, commercialisation and mood management in English football”, *Emotion, Space and Society*, 15, pp. 82-89.
- Gammon S. e Fear V. (2005), “Stadia tours and the power of backstage”, *Journal of Sport & Tourism*, 10 (4), pp. 243-252.
- Giulianotti, R. (2002), “Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football”, *Journal of Sport & Social Issues*, 26 (1), pp. 25-46.
- Giulianotti R. (2005), “Sport Spectators and the Social Consequences of Commodification: Critical Perspectives from Scottish Football”, *Journal of Sport and Social Issues*, 29 (4), pp. 386-410.
- Harvey D. (1993), *La crisi della modernità*, Milano, Il Saggiatore.
- King A. (2010), “The New European Stadium”, in Frank S. e Steets S. (a cura di), *Stadium Worlds. Football Space and the Built Environment*, London-New York, Routledge, pp. 19-35.
- Kratzmuller B. (2010), “Show Yourself to the People”, in Frank S. e Steets S. (a cura di), *Stadium Worlds. Football Space and the Built Environment*, London-New York, Routledge, pp. 36-55.
- Morris D. (1981), *The soccer tribe*, London, Cape.
- Navarini G. e Tosi S. (2019), “La città di San Siro e i suoi abitanti. Verso una genealogia dei territori del derby”, in Salvatori F. (a cura di), *L'apporto della geografia tra rivoluzioni e riforme*, pp. 2851-2856. Roma, A.Ge.I.
- Powell R., Sheard R. e Bingham-Hall P. (2005), *Stadium: Architecture for the New Global Culture*, Singapore, Periplus Editions.

- Sale A. (2010), "Etnografia di uno spazio conteso. L'ordine pubblico negli stadi tra Italia e Gran Bretagna", *Etnografia e ricerca qualitativa*, 1, pp. 61-86.
- Testa A. (2018), "The All-Seeing Eye of State Surveillance in the Italian Football (Soccer) Terraces: The Case Study of the Football Fan Card", *Surveillance & Society*, 16 (1), pp. 69-83.
- Tosi S. (2018), *Cultural stadi. Calcio, città, consumi e politiche*, Milano, Ledizioni.
- Tosi S. (2019), "Milano è San Siro. Osservare la città dal suo stadio", in Zajczyk F. e Mugnano S. (a cura di), *Milano. Città poliedrica tra innovazione e sostenibilità*, Soveria Mannelli, Rubettino, pp. 101-110.
- Tosi S. e Palvarini P. (2013), "Globalisation, stadiums and the consumerist city. The case of the new Juventus stadium in Turin", *European Journal for Sport and Society*, 10 (2), pp. 161-180.
- Trumpbour R.C. (2006), *The New Cathedrals: Politics and Media in the History of Stadium Construction*, Syracuse, Syracuse University Press.
- Tuan Y. (1974), *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*, New York, Columbia University Press.
- Zagnoli P. e Radicchi E. (2010), "The football-fan community as a determinant stakeholder in value co-creation", *Sport in Society*, 13 (10), pp. 1532-1551.





U

Università – NICO BAZZOLI



# U **Università: origini, trasformazioni e impatti territoriali di un'istituzione complessa**

---

*di Nico Bazzoli<sup>1</sup>*

Luogo per eccellenza dell'istruzione superiore, l'università è un'istituzione complessa in cui convergono attività didattiche e di ricerca. A partire dal XIII secolo, con la graduale strutturazione del modello universitario moderno, l'organizzazione spaziale degli atenei ha seguito due principali direttrici di sviluppo. Da una parte, il campus autonomo tipico del mondo anglosassone e, dall'altra, il complesso integrato nel nucleo urbano originario dell'Europa continentale. Questi modelli di collocazione presentano articolazioni urbanistiche e architettoniche che influiscono in vario modo sui connotati dei luoghi che le ospitano. Le università, d'altronde, intrattengono da sempre specifici rapporti con i contesti in cui si inseriscono e contribuiscono attivamente a segnare il loro spazio fisico e sociale. Una relazione antica, talvolta complicata, in grado di generare innovazione, ma anche attriti che scaturiscono dalla compresenza di popolazioni residenti e popolazioni di passaggio.

*Widely acknowledged as the place of excellence of higher education the university is a complex institution where education and research activities converge. Starting from the XIII century the spatial organization of universities has followed two main lines of development. On the one hand, the autonomous campus typical of the Anglo-Saxon world, and the complex integrated into the urban core originating from continental Europe on the other. These models of collocation hold urbanistic and architectural features that affect in various ways the places in which they are located. Universities, indeed, have always had specific relationships with their location contexts, actively contributing to shaping their physical and social space. This ancient relationship between places and universities is capable of generating innovation but even frictions arising from the coexistence of permanent and temporary populations.*

<sup>1</sup> Nico Bazzoli è assegnista di ricerca in Sociologia dell'Ambiente e del Territorio presso il Dipartimento di Economia, Società, Politica dell'Università di Urbino Carlo Bo. Si occupa prevalentemente di trasformazioni territoriali, condizione giovanile, valutazioni del costruito, conflitti urbani e socio-ambientali, analisi di sfondo per la programmazione strategica e urbanistica. È inoltre impegnato in attività di ricerca-azione con enti locali, associazioni e movimenti sociali.

## 1. Origini e diffusione dell'università

L'università è un istituto scientifico e didattico di ordine superiore che ha potere di conferire lauree e diplomi a chi usufruisce degli insegnamenti impartiti al suo interno. La sua storia si lega a doppio filo a quella delle corporazioni di studenti e insegnanti con diritti legali collettivi che si affermarono nelle città europee a partire dall'XI e dal XII secolo (Colish 1999). Vi è infatti un certo grado di consenso tra gli studiosi nel sostenere che queste associazioni gettarono le basi per quella forma di istruzione superiore che nel Medioevo era denominata *studium generale* e che in seguito venne definita università (Rüegg 1991).

Pur in presenza di questa relazione con il periodo bassomedievale europeo la storia dell'università non assorbe completamente, ma si affianca e consegue, quella delle istituzioni di alta formazione, di cui si ha traccia anche in precedenti periodi storici e in differenti spazi geografici. Nell'antica Cina, ad esempio, non mancarono istituzioni preposte agli studi superiori e paragonabili entro certi limiti alle moderne università (Dmitrishin 2013). Analogamente, nel secondo impero persiano e nel Marocco del IX secolo erano presenti scuole di formazione avanzata con specializzazioni nei campi della medicina, della teologia, della filosofia, della matematica e dell'astronomia (Lulat 2005).

La stessa tradizione di studio superiore europeo abbonda di istituzioni pre-universitarie e affonda le proprie radici nelle accademie e nei licei dell'antica Grecia per seguire un filo di sviluppo che si connette alla diffusione del cristianesimo e alla proliferazione medievale delle scuole monastiche (Halporn e Vessey 2004). Una di queste scuole si formò attorno alla cattedrale Notre Dame di Parigi e alle soglie del XIII secolo divenne una delle prime università europee (Dmitrishin 2013).

Simili origini ecclesiastiche, tuttavia, non risultano condivise da altre università che si svilupparono nel medesimo periodo storico. Basti pensare che l'Università di Bologna nacque nel 1088 da una libera associazione di studiosi e venne ufficialmente riconosciuta nel 1158 da Federico I di Barbarossa quale luogo di ricerca libera e indipendente da altri poteri politici (Gaston 2012). Questo provvedimento permise alle corporazioni di studenti che la fondarono di godere di speciali libertà grazie alle quali poterono contrattualizzare i docenti a proprie spese e determinare i corsi impartiti e la loro durata (Berman 1983).

Oltre alle diverse origini la principale differenza tra le università di Parigi e Bologna riguardava la loro organizzazione interna. L'università di Parigi, fondata dagli insegnanti delle scuole monastiche, si basava sul modello della facoltà mentre l'Università di Bologna era interamente controllata dagli stessi studenti che l'avevano fondata. A queste differenze corrispondevano somiglianze nello status giuridico. Entrambe le università, infatti, erano corporazioni medievali che godevano di autonomia legale, ovvero del diritto ad autogovernarsi.

Nell'Europa tardomedievale sorsero molte altre università grazie al connubio tra l'impulso proveniente dagli studiosi e le questioni politiche dell'epoca. L'Università di Oxford, istituita nel 1167, venne alla luce in seguito al divieto di frequentare l'Università di Parigi imposto da Enrico II di Inghilterra. Sempre per motivi connessi alla politica venne fondata nel 1224 a Napoli la prima *universitas studiorum* e laica della storia occidentale. L'editto con il quale Federico II di Svevia istituì la prima università partenopea trovava ragione in un'aspra contrapposizione con l'università di Bologna, finita in quegli anni sotto il controllo dell'ostile Stato Pontificio (Rudy 1984).

La diffusione di questo modello di istruzione superiore proseguì costantemente nell'Europa moderna e venne esportato oltreoceano con l'istituzione delle prime università del Nuovo Mondo. La prima università delle Americhe fu fondata da Carlo V nel 1551 in quello che è oggi il Perù e prese il nome di Università di San Marcos. Nel medesimo anno venne istituita la Reale e Pontificia Università del Messico.

Alla fine del XVII secolo in Europa si contavano più di cento università, principalmente concentrate in quelli che oggi costituiscono i territori dell'Italia, della Spagna, della Francia e della Germania (Frijhoff 1996). Due secoli più tardi, al termine del XIX secolo, l'università risultava diffusa in ogni parte antropizzata del globo e poteva essere considerata l'istituzione dominante nei campi dell'alta formazione e della produzione di conoscenza.

## 2. Modelli di collocazione urbanistica e caratteri architettonici

A partire dal XIII secolo, con la graduale strutturazione del modello universitario moderno, l'organizzazione spaziale degli atenei ha seguito due principali direttrici di sviluppo. Da una parte, il campus autonomo tipico del mondo

anglosassone e, dall'altra, il complesso integrato nel nucleo urbano originario dell'Europa continentale.

La concezione sottesa all'idea di campus è basata sui principi dell'autosufficienza e del decentramento, costantemente presenti nell'organizzazione territoriale anglosassone e *leitmotiv* dei celebri progetti urbanistici delle città giardino di Howard e del Greater London Plan di Abercrombie (Calabi 2000). Il campus contiene non solo le strutture per la didattica e la ricerca, ma anche le residenze per gli studenti e il personale docente, le attrezzature per le attività integrative, sportive e commerciali necessarie al soddisfacimento dei principali bisogni della comunità universitaria. Questo modello trova corrispondenza nelle intenzioni che lo determinano, ovvero nella volontà di preparare figure dirigenziali all'interno di strutture didattiche distaccate dai contesti urbani e contraddistinte da condizioni prestigio (De Carlo 1968).

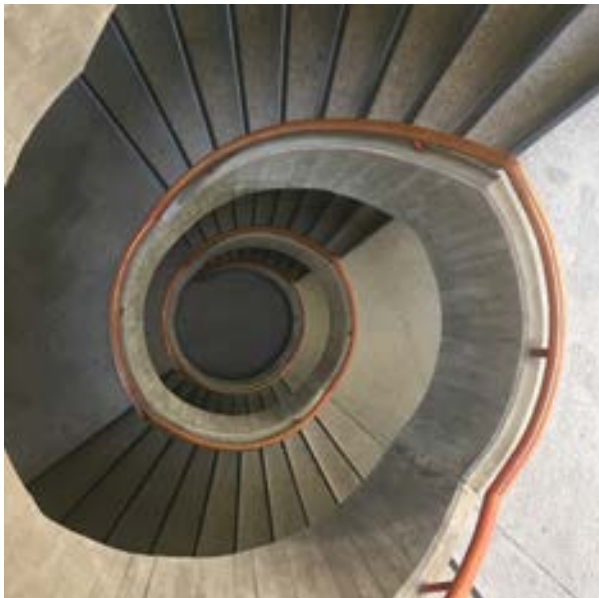
Oxford e Cambridge, in Inghilterra, furono le prime due università di questo tipo e in entrambi i casi si trattava di poli autosufficienti che si appoggiavano alle vicine città solo per le necessità di manodopera connesse alle attività di servizio. Fu però negli Stati Uniti che i presupposti fondativi del campus conobbero massima applicazione. Qui, sin dal XVII secolo e con lievi variazioni nei secoli successivi, sorsero diverse università situate in aperta campagna e completamente isolate da qualsiasi contatto con gli aggregati urbani, indipendentemente dal loro carattere di istituzioni di carattere pubblico o privato.

La genesi del complesso universitario è invece centroeuropea e trova riferimenti storici tanto nelle università italiane quanto in quelle francesi, tedesche e olandesi. Questo modello si distingue dal campus per essere inserito nella struttura urbana e, dunque, in un sistema organizzativo destinato ad attività molteplici con le quali si rapporta costantemente. Ciò rende il complesso universitario privo di una sua coerenza e interconnesso alle traiettorie di sviluppo e agli abitanti della città. In questo caso l'attività didattica si concilia con la presenza urbana tramite l'insediamento delle strutture all'interno dei centri storici.

La distinzione tra questi due modelli si è affievolita nel corso del tempo a causa di sopraggiunte forme di ibridazione e nuove distribuzioni geografiche. Oggi troviamo campus e complessi integrati nel nucleo urbano in ogni parte del pianeta, così come campus che sono stati inglobati dalle espansioni urbanistiche delle città e università sorte nei centri storici che hanno conosciuto processi di espansione e decentramento. Un tipico fenomeno a cui è

andato incontro il complesso universitario è infatti quello della produzione di nuovi nuclei legati alla crescita degli studenti e delle specializzazioni. Questo ha portato alle forme organizzative policentriche che si rinvencono in molti atenei contemporanei, incentrate sulla separazione fisica e concettuale tra diversi campi disciplinari, a loro volta raggruppati in sedi, facoltà e dipartimenti sparpagliati nel tessuto urbano o anche tra più città.

Diversamente dai luoghi contraddistinti da un corso degli eventi più re-



*Figura 1. Rampa elicoidale in calcestruzzo presente nel Polo didattico Volponi di Urbino. Realizzazione di Giancarlo De Carlo del 1968-1973 in ristrutturazione dell'ex convento di Santa Maria della Bella risalente al XV secolo (fonte: foto scattata dall'autore).*

cente, la storia secolare dell'università si ripercuote in molteplici profili architettonici, anche molto distanti tra loro, collegati ai contesti e alle epoche che li hanno plasmati e, talvolta, ripensati. In considerazione di questo aspetto si può affermare che l'evoluzione dei lineamenti architettonici delle università ha seguito i più generali sviluppi della progettazione degli edifici, coniugandosi a diversi stili e tecniche costruttive sia di tipo situato e localistico sia di respiro internazionale.

Nell'Europa continentale, dove è diffusa

la presenza delle università nei nuclei storici, si rinvencono stratificazioni di elementi che restituiscono le epoche attraversate dalle strutture. In molti casi i connotati dei singoli edifici mostrano impianti di origine tardomedievale e rinascimentale ai quali si sovrappongono interventi successivi. Celebri esempi di questo tipo in cui l'architettura del passato si fonde con quella moderna e contemporanea sono presenti a Urbino (Bartocci 2014) nel complesso dell'ex



Magistero (Fig. 1) e nel palazzo Battiferri (Fig. 2), così come a Firenze nel complesso di Orbatello.

Un diverso discorso riguarda invece i plessi di più recente costruzione nei quali la sedimentazione di stili e materiali risulta meno evidente, se non del tutto assente, a causa dei tempi ravvicinati di realizzazione. In queste circostanze il progetto originale si mostra in buona parte della sua integrità, come nel caso della città universitaria de La Sapienza a Roma, realizzata in stile razionalista-monumentalista, o in quello del campus Luigi Einaudi di Torino, dove le forme curvilinee e i materiali utilizzati risaltano l'ispirazione neofuturista del progettista.



*Figura 2. Vista esterna del Dipartimento di Economia, Società, Politica di Urbino, ricavato da Palazzo Battiferri tra il 1989 e il 2000 da Giancarlo De Carlo. Il complesso è l'insieme di più edificazioni sovrapposte e distribuite attorno al nucleo centrale dell'ex convento delle Benedettine risalente al XVI secolo (fonte: foto scattata dall'autore)*

### 3. Funzioni sociali, mutamenti e rapporto con il territorio

Durante la seconda metà del Novecento l'università attraversò un intenso processo di massificazione contraddistinto dall'incremento esponenziale de-

gli studenti, del numero di istituti esistenti e della loro dimensione. Questo passaggio, sintetizzabile nel movimento idealtipico dall'università d'élite all'università di massa (Vaira e Rostan 2007), segnò un'impennata della demografia accademica e cambiamenti rilevanti sia nella scala che nei caratteri e nelle funzioni degli atenei. In questa fase l'università si contraddistinse anche quale luogo centrale per l'organizzazione delle lotte politiche che attraversarono gli anni Sessanta e Settanta. La sua gerarchia e i suoi metodi di funzionamento non furono tuttavia risparmiati dalla critica dei movimenti studenteschi che in quegli anni puntavano al rinnovamento dell'istituzione accademica, all'estensione delle possibilità di accesso alla formazione superiore e ad un più generale allargamento degli scopi sociali degli atenei (Boato 2008).

La configurazione odierna dell'università ha ereditato da questo periodo storico molti dei suoi attuali connotati organizzativi sebbene parte di essi sia oggi sottoposta a ulteriori trasformazioni ascrivibili all'emersione del nuovo idealtipo dell'università imprenditoriale. Con questo termine viene infatti indicata una vasta serie di mutamenti intervenuti nell'ultimo quarto di secolo nella gestione economica, negli orientamenti dell'attività didattica, nei trattamenti contrattuali del personale, nei canali di finanziamento e nelle finalità stesse della ricerca prodotta all'interno degli atenei (Clarck 1998). Dal punto di vista degli insegnamenti questo cambio di passo ha comportato un aumento del peso rivestito dalle conoscenze maggiormente spendibili nel mercato del lavoro mentre sul fronte della ricerca si è tradotto in una generale variazione delle forme di ricerca tradizionalmente associate alla missione accademica.

Le trasformazioni a cui si accenna sono conseguenze di una crescente competizione tra sistemi formativi e di ricerca che induce verso la produzione e la trasmissione di conoscenza rivolta a soddisfare le domande dell'economia e dell'amministrazione pubblica. Tale pressione convoglia le attività universitarie verso il raggiungimento di risultati immediati e le espone a metodi di valutazione basati su di essi (Boffo e Moscati 2015).

In questo quadro una dimensione caratterizzante dei cambiamenti che hanno recentemente interessato i sistemi di alta formazione è il rapporto che si viene a stabilire con i soggetti del mondo esterno e il contestuale sviluppo di quell'insieme di attività che ricadono sotto la definizione di Terza Missione (Balduzzi e Vaira 2018). Si tratta, in sostanza, di collaborazioni con attori pubblici e privati che riguardano percorsi specifici di applicazione della conoscenza prodotta in ambito accademico. L'affermazione di simili attività coinvolge

non solo le funzioni e le relazioni degli atenei ma anche il carattere identitario dell'università europea continentale, ovvero di quel tipo di istituzione che sin dal XIX secolo si è distinta per la propria autonomia rispetto alle ingerenze provenienti dal mondo esterno. Non a caso, fino agli ultimi decenni del Novecento, l'idea di università prevalente nel nostro Paese è combaciata con una concezione della missione accademica orientata alla formazione di profili dall'elevato spessore culturale, capaci di sostenere il progresso della società, piuttosto che risorse umane e conoscenze indirizzate al soddisfacimento delle esigenze imputabili alla sfera economica (Boffo 2006).

Le ricadute territoriali della Terza Missione possono essere rilevanti e tendono a conferire agli atenei il ruolo di leve capaci di contribuire alla crescita del benessere a scala locale. Basti pensare a come negli ultimi anni le università siano divenute risorse sempre più importanti nelle dinamiche di sviluppo urbano e regionale (Amato *et al.* 2006) e per questo stiano conoscendo una sempre più stringente connessione con i contesti che le circondano (Bagnasco 2004, Lazzeroni 2014).

Se in virtù di queste spinte il rapporto tra università e territorio sembrerebbe consolidarsi, altri processi legati all'utilizzo delle tecnologie informatiche e di comunicazione tendono invece a riconfigurare la relazione tra le componenti accademiche e i luoghi che ospitano gli atenei. Come appare chiaro dalla recente proliferazione dei corsi online (Pozzi e Conole 2014), l'applicazione della ICT intensifica le possibilità di accesso all'alta formazione e contestualmente ridisegna la presenza fisica di studenti, ricercatori e docenti nei plessi universitari. Simili fenomeni conducono a una ridefinizione degli impatti indiretti dell'università sui territori. Si modificano quindi quei flussi e quelle modalità di consumo delle risorse locali che in ogni epoca hanno dato vita a importanti trasformazioni della realtà fisica e sociale dei luoghi (D'Alpaos *et al.* 2017). L'università, d'altronde, specie laddove si colloca nella città, può incidere a vari livelli sulla vita urbana innescando processi capaci di mutare i suoi attributi (Bazzoli 2019).

Questo potere trasformativo ha catturato l'attenzione di diversi studiosi che si sono cimentati nell'indagare i suoi impatti da varie angolature disciplinari (Kenna 2011). Nel panorama degli studi urbani questo interesse si è tradotto nella formulazione di concetti come quello *studentification*, attraverso il quale Darren Smith (2005) ha sintetizzato i contraddittori cambiamenti connessi alla pressione insediativa e commerciale degli studenti universitari in specifici

contesti. La concentrazione studentesca può infatti stimolare processi in una certa misura assimilabili alla *gentrification* che acquisiscono particolare magnitudo nelle aree prossime ai poli universitari e centri urbani di dimensione media e piccola (Hubbard 2008).

Non di rado, processi di questo tipo sono in grado di innescare cambiamenti nella destinazione d'uso dei luoghi e possono associarsi a conflitti, talvolta latenti, altre volte manifesti, che scaturiscono dalle differenti modalità di fruizione dello spazio pubblico da parte dei residenti e dei *city users* (Martinotti 1995). Possono quindi stimolare delle contrapposizioni tra popolazioni diverse per propensioni, pratiche e prospettive, che con le dovute variazioni del caso è possibile scorgere anche in altre epoche storiche, come ad esempio nella Oxford del XII e XIII secolo. Gli attriti tra *citizens* storici e *cit(y)zens* provvisori (Kazepov 2014) sono infatti un fenomeno costitutivo e costituente della relazione tra città e università, dal quale discende anche il celebre paradigma della letteratura anglosassone *town and gown* (Kemp 2013), utilizzato ancora oggi nel contesto britannico per riferirsi ai contrasti tra popolazioni stabili e temporanee che innervano la quotidianità di molti centri e quartieri universitari.

#### **4. Andamenti e trasformazioni della popolazione studentesca e del personale**

In Italia sono presenti 97 istituzioni universitarie accreditate a rilasciare titoli di studio aventi valore legale. Di queste 67 sono di tipo statale e 30 di tipo non statale. Gli studenti iscritti per l'anno accademico 2017/2018 sono 1.659.855 e risultano rappresentati per il 55% da femmine e per il 5% da stranieri. La ripartizione degli iscritti tra gli 8.938 corsi erogati dalle università pubbliche e private vede il 63% degli studenti impegnato in lauree triennali, il 18% in lauree a ciclo unico e il 19% in lauree specialistiche e magistrali.

Questa fotografia aggiornata della popolazione studentesca si colloca in fondo a un tortuoso percorso di sviluppo del sistema universitario nazionale caratterizzato da una lunga fase espansiva, avvenuta tra gli anni Sessanta e l'inizio degli anni Duemila, a cui ha fatto seguito un'inversione di tendenza. Nel periodo che si inaugura dal 2005 si registra una contrazione del numero degli iscritti e degli immatricolati che viene a stabilizzarsi solo nell'ultimo biennio. Se si osservano i dati in serie storica è possibile notare come dall'anno accade-

mico 2005/2006, momento di picco delle iscrizioni, gli iscritti siano calati del 9% e gli immatricolati del 18% (Tab. 1).

Con attenzione al profilo degli utenti che popolano le università italiane emergono dall'analisi diacronica dei dati altri aspetti di interesse. In primo luogo la crescita dell'età media, che dopo un periodo di relativa stabilità è giunta a 23,8 anni, segnando tra 2015 e 2018 un incremento di quasi un anno di età (Eurostudent 2018). Ulteriore elemento di variazione, connesso alla crisi economica e all'insufficiente offerta di servizi legati al diritto allo studio, è l'aumento negli ultimi due lustri degli studenti provenienti da famiglie con condizioni sociali, culturali ed economiche medio-alte (+17%) e la contestuale diminuzione (-30%) di quelli provenienti da condizioni più svantaggiate (*Ibid.*). Le strategie per accedere all'alta formazione messe in campo da quest'ultimo gruppo sono anche state le principali protagoniste di un altro fenomeno di rilievo avvenuto nell'ultimo decennio, ovvero la progressiva regionalizzazione dei bacini degli atenei più periferici (Eurostudent 2015), che trova una stringente relazione con la crescita del pendolarismo, oggi giunto a coinvolgere circa la metà (49,9%) degli studenti degli atenei italiani (Eurostudent 2018).

*Tabella 1. Iscritti e immatricolati alle università italiane per anno accademico (fonte: MIUR).*

Anno Accademico	Iscritti	Immatricolati
2017/18	1.659.855	265.786
2016/17	1.654.680	274.339
2015/16	1.641.693	260.761
2014/15	1.652.592	255.294
2013/14	1.576.564	252.457
2012/13	1.709.033	253.848
2011/12	1.747.585	278.866
2010/11	1.781.789	288.301
2009/10	1.799.270	293.149
2008/09	1.812.261	294.932
2007/08	1.809.499	307.586
2006/07	1.810.101	308.185
2005/06	1.823.748	323.930

2004/05	1.820.221	331.893
2003/04	1.814.048	338.036
2002/03	1.768.295	330.802
2001/02	1.722.457	319.264
2000/01	1.688.804	284.142
1999/00	1.673.960	278.379
1998/99	1.715.727	278.939

L'immagine appena delineata giunge al termine di una serie di importanti riforme realizzate a partire dai primi anni Duemila e indirizzate a migliorare la competitività degli atenei attraverso l'introduzione di processi valutativi e di meccanismi premiali. Diverse fonti statistiche e specifiche indagini (AlmaLaurea 2016, ANVUR 2016, Fondazione RES 2016) mostrano, tuttavia, come gli interventi regolativi attuati abbiano contribuito a produrre una situazione di declino complessivo dell'università (Viesti 2017), generando sul piano territoriale un aggravio degli squilibri tra regioni del Mezzogiorno e del Centro-nord (Iovino 2017).

Se tali processi sono osservabili nella riduzione degli utenti e nella loro ridistribuzione geografica, segnata da ingenti fuoriuscite di studenti dagli atenei più marginali, le evidenze sul versante del personale universitario risultano altrettanto significative. Dal 2005, infatti, i professori ordinari e associati hanno subito un calo del 14% mentre il personale tecnico-amministrativo si è ridotto del 13%. Percentuali ancor più marcate riguardano la contrazione dei posti di dottorato banditi dalle università: dal 2007, unitamente ai corsi di dottorato, sono calati di circa il 43% attestandosi a 8.960 posti complessivi sull'intero territorio nazionale (ADI 2019). In merito al personale impiegato in attività di ricerca i dati Cineca rivelano che le figure a tempo determinato hanno superato quelle stabili, confermando la crescente precarizzazione delle forme contrattuali e delle condizioni di lavoro che sta attraversando il sistema universitario (Coin *et al.* 2017). Tale situazione influisce sulla capacità attrattiva del mondo della ricerca. L'Italia mostra infatti un saldo negativo, per cui il 25% dei ricercatori tende a ricollocarsi al di fuori dei confini nazionali e solo il 4% di essi proviene da altri Paesi (Carrozza *et al.* 2017).

Nonostante queste difficoltà l'università italiana rimane piuttosto attrattiva dal punto di vista della didattica. I dati del MIUR segnalano tra il 2015 e il

2018 una crescita del 17% degli iscritti provenienti dall'estero che testimonia il potere magnetico del nostro sistema di alta formazione soprattutto nei confronti degli studenti albanesi, rumeni, cinesi e ucraini. Studi relativamente recenti conferiscono al contesto socio-culturale del nostro Paese un ruolo rilevante in questa forma di attrattività, ma contribuiscono in modo positivo anche la reputazione dei singoli atenei, il riconoscimento della qualità dell'offerta formativa e la presenza di network di connazionali già presenti in loco (CRUI 2018). In questo quadro di ombre e luci non bisogna tuttavia dimenticare che in rapporto ad altri Stati europei come Francia e Germania l'Italia risulta molto meno attrattiva nei confronti degli studenti stranieri, evidenziando su questo fronte un certo ritardo nelle politiche di internazionalizzazione dell'offerta formativa.

## 5. La studentificazione come caso di studio

Nella disamina fin qui eseguita è emersa a più riprese la stretta relazione tra università e territorio, specie in riferimento alla capacità dell'istituzione accademica di incidere attivamente sulla morfologia sociale e spaziale dei contesti in cui si inserisce (Mumford 1961). Tra i vari casi di studio che hanno affrontato questa relazione l'osservatorio sul rapporto tra studenti, università e città realizzato da un gruppo di ricerca interdisciplinare dell'università di Urbino appare come un'esperienza degna di nota per la comprensione degli specifici rapporti che animano gli spazi urbani dotati di poli universitari. Urbino, infatti, per storia e dimensione, è un caso emblematico di realtà urbana in cui gli spazi della quotidianità e i modelli di relazione sono profondamente segnati dalla presenza dell'ateneo e dai suoi attori (Maggioni 2017).

Quella che seguendo la classificazione di Martinelli (2012) potremmo definire una città universitaria, ritenuta ideale dagli studenti non solo per forma urbis ma anche quale luogo di studio (Diamanti e Maggioni 2013), è un contesto che dal secondo dopoguerra è stato fortemente caratterizzato dallo sviluppo dell'ateneo e da conseguenti processi di studentificazione del nucleo storico. Alla fuoriuscita dei residenti dalle mura antiche è corrisposto l'insediamento degli studenti e cambiamenti sostanziali nel panorama commerciale e nei ritmi della città, che si sono dilatati per lasciar spazio allo sviluppo della vita notturna (Bazzoli 2019). Nelle ridotte dimensioni del contesto urbinato

queste trasformazioni si sono tradotte nella coesistenza, obbligata, di una popolazione stabile e di una transitoria, pressoché equivalenti in termini demografici, ma piuttosto differenti per propensioni e stili di vita. Al 31 dicembre 2017 si registravano 14.398 studenti iscritti all'università e 14.558 residenti nel Comune, dalla cui giustapposizione emergono tensioni di varia natura connesse alla condivisione di spazi e luoghi di vita.

Per gli urbinati la presenza dell'università costituisce un elemento distintivo della città, oltre che un'importante risorsa per l'economia locale, e per questo è solitamente valutata in modo positivo (Maggioni 2017). Ad essere vista negativamente da ambo le parti in causa è invece la scarsa integrazione tra studenti e residenti, che tende a configurare "due città" incentrate su mondi e modi diversi di vivere l'ambiente urbano. La mancanza di confronto tra le parti, contraddistinta da fenomeni di reciproca colpevolizzazione rispetto ai comportamenti individuali e al decoro urbano, ha generato negli ultimi anni notevoli incrinature a cui sono seguite ordinanze comunali volte a limitare la vita notturna della città (Lello 2017). Le restrizioni introdotte con questi provvedimenti hanno portato a sostanziali cambiamenti nella fruizione dello spazio pubblico da parte degli universitari, favorendo un travaso delle loro forme di socialità all'interno degli spazi abitativi privati delle case in affitto o dei collegi universitari (Bazzoli e Torrisi 2017).

Simili processi, osservati in uno specifico caso di studio, restituiscono parte delle frizioni che caratterizzano la convivenza dei residenti storici con le popolazioni studentesche. È chiaro, infatti, come le questioni di decoro e sicurezza che ruotano attorno al tema della *nightlife* negli ambienti urbani possano associarsi alla presenza delle università, configurandosi come frontiere di tensione tra diversi portatori di interesse. Esempi di questo genere abbondano nelle città che ospitano poli universitari e possono risultare particolarmente densi di conflitti laddove si associano a significativi processi di trasformazione del tessuto insediativo e commerciale come nei casi del centro storico di Perugia (Barbieri e Damiani 2014), del Quadrilatero romano di Torino (Semi 2004) o del centro storico di Genova (Gastaldi 2003). Nonostante le differenze rinvenibili tra questi casi è possibile cogliere in ognuno di essi alcune declinazioni della complessa relazione tra università e processi di trasformazione socio-territoriale con riferimento a realtà urbane di diversa dimensione.



## Bibliografia

- ADI (2019), *VIII indagine ADI su dottorato e post-doc*, Roma, <https://dottorato.it/content/viii-indagine-adi-su-dottorato-e-postdoc>.
- AlmaLaurea (2016), *XVIII Indagine condizione occupazionale dei laureati. Rapporto 2016*, Bologna, <https://www.almalaurea.it/universita/occupazione/occupazione14>.
- Amato G., Varaldo R. e Lazzeroni M. (2006), *La città nell'era della conoscenza e dell'innovazione*, Milano, Franco Angeli.
- ANVUR (2016), *Rapporto biennale sullo stato del sistema universitario e della ricerca 2016*, Roma, [http://www.anvur.it/wp-content/uploads/2016/07/ANVUR\\_Rapporto\\_INTEGRALE\\_~.pdf](http://www.anvur.it/wp-content/uploads/2016/07/ANVUR_Rapporto_INTEGRALE_~.pdf).
- Bagnasco A. (2004), "Città in cerca di università. Le università regionali e il paradigma dello sviluppo locale", *Stato e mercato*, 24 (3), pp. 455-474.
- Balduzzi G. e Vaira M. (2018), "La Terza Missione dell'Università come campo organizzativo e politico. Tre studi di caso in atenei e territori del Nord d'Italia", *Scuola democratica*, 9 (3), pp. 455-474.
- Barbieri G. e Damiani M. (2014), "Città e università a Perugia. Gli studenti universitari e l'uso dello spazio pubblico", in R. Segatori (a cura di), *Popolazioni mobili e spazi pubblici. Perugia in trasformazione*, Milano, Franco Angeli, pp. 45-90.
- Bartocci G. (2014), *L'architettura della città di Urbino da Francesco di Giorgio a Giancarlo De Carlo*, Reggio Emilia, Diabasis.
- Bazzoli N. (2019), "Town and gown. Conflitti e prospettive di un piccolo centro universitario", in P. De Salvo e A. Pochini (a cura di), *La città in trasformazione. Flussi, ritmi urbani e politiche*, Roma, Aracne, pp. 273-291.
- Bazzoli N. e Torrisi G. (2017), "Una città nella città. I collegi del colle dei cappuccini di Urbino come luogo di partecipazione, integrazione e conflitto", in G. Maggioni (a cura di), *Urbino e le sfide della città-Campus. Una ricerca su studenti, città, università*, Franco Angeli, Milano, pp. 146-168.
- Berman H. J. (1983), *Law and revolution: The formation of the Western legal tradition*, Cambridge Mass, Harvard University Press.
- Boato M. (2008), *Contro l'università. I principali documenti della critica radicale alle istituzioni accademiche del Sessantotto*, Milano, Mimesis.
- Boffo S. (2006), *Oltre la torre d'avorio: sul difficile rapporto fra università e società della conoscenza in Italia*, Sassari, EDES.
- Boffo S. e Moscati R. (2015), "La Terza Missione dell'università. Origini, problemi e indicatori", *Scuola democratica*, 2, pp. 251-272.

- Calabi D. (2000), *Storia dell'urbanistica europea: Questioni, strumenti, casi esemplari*, Torino, Paravia.
- Carrozza C., Giorgi A. e Raffini L. (2017), "Brains and Bodies on the Move. A Research Agenda on Precarious Researchers' Mobility", in T. Franca, A. Joana e B. Padilla (a cura di), *International Migrations and Public Policies*, Lisbona, Mundo Sociais, pp. 57-90.
- Clark B. R. (1998), *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education*. New York, Elsevier.
- Coin F., Giorgi A. e Murgia A. (2017), *In/disciplinate: soggettività precarie nell'università italiana*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari.
- Colish M. L. (1999), *Medieval foundations of the Western intellectual tradition, 400-1400*, New Haven, Yale University Press.
- CRUI (2018), *L'internazionalizzazione della formazione superiore in Italia. Le università*, Roma, Fondazione CRUI. [http://www2.cruai.it/cruai/CRUI\\_rapporto\\_interdigitale.pdf](http://www2.cruai.it/cruai/CRUI_rapporto_interdigitale.pdf).
- D'Alpaos C., Marella G., Picchiolotto E. e Stellin G. (2017), "University Settlements and Host Territories: Economic Impact Evaluation", *Scienze Regionali*, 16 (3), pp. 377-400.
- De Carlo G. (1968), *Pianificazione e disegno delle università*, Edizioni Universitarie Italiane, CUNICLE, Roma.
- Diamanti I. e Maggioni G. (2013), *Studiare@ Urbino: Gli studenti, la città, l'università*, Napoli, Liguori.
- Dmitrishin A. (2013), "Deconstructing distinctions: The European university in comparative historical perspective", *Entremons: UPF Journal of World History*, 5, pp. 1-18.
- Eurostudent (2018), *Ottava indagine Eurostudent. Le condizioni di vita e di studio degli studenti universitari 2016-2018*, Roma, Associazione Cimea, <http://www.eurostudent.it/ottava-indagine-2016-2018/>.
- Eurostudent (2015), *Settima indagine Eurostudent. Le condizioni di vita e di studio degli studenti universitari 2012-2015*, Roma, Fondazione Rui, [https://www.eurostudent.eu/download\\_files/documents/ES7\\_rapporto\\_finale.pdf](https://www.eurostudent.eu/download_files/documents/ES7_rapporto_finale.pdf).
- Fondazione RES (2016), *Università in declino. Un'indagine sugli atenei da Nord a Sud*, a cura di G. Viesti, Roma, Donzelli Editore.
- Frijhoff W. (1996), "Patterns", in H. de Ridder-Symoens (a cura di), *A history of the university in Europe, Volume II: Universities in early modern Europe, 1500-1800*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 43-106.
- Gastaldi F. (2003), "Processi di gentrification nel centro storico di Genova", *Archivio di studi urbani e regionali*. 77, pp. 135-149.

- Gaston P. L. (2012), *The challenge of Bologna: What United States higher education has to learn from Europe, and why it matters that we learn it*, Herndon, Stylus Publishing LLC.
- Halporn J. W. e Vessey M. (2004), *Cassiodorus: Institutions of Divine and Secular Learning and On the Soul*, Liverpool, Liverpool University Press.
- Hubbard P. (2008). "Regulating the social impacts of studentification: a Loughborough case study", *Environment and Planning A*, 40 (2), pp. 323-341.
- Iovino G. (2017), "Si salvi chi può: mobilità studentesca e squilibri socio-territoriali nel processo di accumulazione del capitale umano in Italia", in AA. VV., *(S)radicali-menti*, Società di studi geografici, Memorie geografiche NS 15, pp. 763-774.
- Kazepov Y. (2014), *From Citizenship to Cit(y)zenship. Cities within multilevel governance arrangements in Europe*, <http://www.resbr.net.br/wp-content/uploads/historico/kazepov.pdf>.
- Kemp R. L. (2013), *Town and Gown Relations: A Handbook of Best Practices*, Jefferson, McFarland & Co. Publishers.
- Kenna T. (2011), "Studentification in Ireland? Analysing the impacts of students and student accommodation on Cork City", *Irish Geography*, 44 (2-3), pp. 191-213.
- Lazzeroni M. (2014), "L'interazione tra Università e contesto territoriale: prospettive di analisi ed esperienze europee", in *Annali del Dipartimento di Metodo e Modelli per l'Economia e il Territorio e la Finanza 2012-2013 (The future of Europe)*, Bologna, Patron Editore, pp. 193-214.
- Lello E. (2017), "Studiare a Urbino: la prospettiva degli studenti", in G. Maggioni (a cura di), *Urbino e le sfide della città-Campus*, Milano, Franco Angeli, pp. 49-82.
- Lulat Y. (2005), *A history of African higher education from antiquity to the present*, Westport, Greenwood Publishing Group.
- Maggioni G. (2017), *Urbino e le sfide della città-Campus*, Milano, Franco Angeli.
- Martinelli N. (2012), *Spazi della Conoscenza. Università, città e territori*, Bari, Mario Adda Editore.
- Martinotti G. (1995), *Metropoli: la nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino.
- Mumford L. (1961), *The City in History. Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects*, New York, Harcourt Brace & World Inc.
- Pozzi F. e Conole G. (2014), "Quale futuro per i MOOC in Italia?", *Italian Journal of Educational Technology*, 22 (3), pp. 173-182.
- Rüegg W. (1991), "Themes", in H. Ridder-Symoens (a cura di), *A History of the University in Europe*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 3-34.

- Rudy W. (1984), *The universities of Europe, 1100-1914*, Rutherford, Associated University Press.
- Semi G. (2004), “Il quartiere che (si) distingue. Un caso di gentrification a Torino”, *Studi culturali*, 1 (1), pp. 83-108.
- Smith D. (2005), “Patterns and processes of studentification in Leeds” *The Regional Review*, 12, pp. 14-16.
- Vaira M. e Rostan M. (2007), “Il cambiamento strutturale nei sistemi di istruzione superiore: persistenza e ridefinizione del dualismo élite/massa”, *Sociologia del lavoro*, 105 (1), pp. 1000-1011.
- Viesti G. (2017), “La compressione selettiva e cumulativa del sistema universitario italiano”, *Rivista economica del Mezzogiorno*, 31 (3), pp. 613-642.