

Sabato
6 maggio 20002
l'UnitàGiro d'Italia
il brutto che avanza

Matrnnnis

NON BASTA RIEMPIRE INTERE AREE DI PANCHINE E LAMPIONI. QUELLO CHE OCCORRE È UN PROGETTO UNITARIO CHE RECUPERI VALORI DEI LUOGHI IN CUI VIVIAMO

Un bel lampadario o una comoda sedia possono cambiare il volto di una vecchia casa, magari anche un po' cadente? Forse, ma nessuno, dovendo "riqualificare" lo spazio in cui vive, partirebbe dai soprammobili: si preoccuperebbe innanzitutto dello stato del tetto, delle condizioni delle pareti e delle finestre... Eppure con l'arredo urbano, ossia con quell'insieme di oggetti, materiali e strutture che definiscono gli spazi pubblici, ci comportiamo in maniera opposta: per anni abbiamo ritenuto assolto al compito arredare le città fornendo intere aree di cestini, panchine, lampioni. E basta.

«Le nostre città - spiega l'architetto Marco Forloni, che si occupa in particolare di design di prodotti - vivono una crisi di cui l'arredo urbano è solo la cartina di tornasole. L'ultimo degli effetti negativi con cui il cittadino viene in contatto. Gli spazi pubblici urbani nella maggioranza dei casi, in assenza di contesti ad alto contenuto architettonico e di pregio storico, sono stati completamente abbandonati. Certo, il problema è molto complesso perché riqualificare lo spazio pubblico significa agire su un intreccio di problematiche differenti, che vanno dalla segnaletica alla sicurezza stradale, dalla raccolta dei rifiuti alla pubblicità: ma se queste tematiche sono affrontate in modo autonomo, come è stato finora, danno luogo ad una sovrapposizione caotica dei vari sistemi, ognuno dei quali presiede solo al proprio comparto funzionale. L'esempio della comunicazione pubblicitaria è il più evidente: ha agito nella maniera più irrispettosa, divenendo uno dei problemi principali del decadimento dell'estetica urbana, e in condizioni abnormi di abusivismo. La mancanza di qualità delle nostre città è anche il risultato di questa commistione e di questo conflitto di funzioni svolte da apparati autonomi. Alla fine, per gli spazi pubblici, ci ritroviamo spesso senza un progetto unitario e complessivo.»

La condizione dell'arredo urbano è dunque lo specchio di una crisi più complessiva della città italiana... «È una crisi radicale, di carattere urbanistico. Alla sua origine si trovano responsabilità politiche, professionali e anche civili e penali. A partire dal dopoguerra è stata consentita la più ampia diffusione edilizia, al di fuori di qualsiasi disegno urbanistico, che sapesse prefigurare uno sviluppo razionale in grado di controllare e organizzare la crescita urbana. Questo è mancato negli anni strategici della crescita: è stata data a tutti la possibilità di una casa, ma a detrimento dei nostri valori d'identità locale, che sono quelli più importanti sotto il profilo di quello che vien definito il "marketing nazionale". Se l'Italia ha oggi dei valori spendibili sul mercato mondiale, è perché ha una quantità unica di identità locali dal profondo valore storico, culturale e ambientale. Il caso Italia è quello di una nazione che per decenni ha subito distorsioni urbane e ambientali, a cui non è stato posto un freno. Lo stesso abbattimento delle costruzioni abusive si mostra troppo spesso come un fatto eclatante e contingente: in un paese "normale" queste cose si fanno in assoluto silenzio, perché semplicemente si risanano situazioni di riconosciuta illegalità.»

Che cosa vede il cittadino italiano girando per la sua città? «Uno scadimento dei valori locali, delle identità. Anche la semplice scomparsa di un bar storico per una città è una perdita culturale. Non avere riferimenti storici oppure non valorizzarli, vedere come il nuovo avanza senza sensibilità rispetto al passato: questo vede il cittadino italiano, che si trova davanti soprattutto la banalità estetica. Che

Arredo urbano: «panettoni» spartitraffico a Milano



L'intervista

L'architetto Marco Forloni: «Le nostre città mancano di qualità e le condizioni dell'arredo urbano pubblico sono lo specchio di una profonda crisi urbanistica»

«Viviamo immersi in una banalità che soffoca storie e identità locali»

BRUNO CAVAGNOLA

significa banalità culturale, perdita di identità comuni e di tradizioni sociali, della possibilità di avere occasioni di maggiore contatto e benessere. Il benessere estetico ha un valore culturale, che ha riflessi sul comportamento sociale, perché la qualità dell'ambiente in cui i cittadini operano influenza e nello stesso tempo fa da specchio della propria coscienza collettiva. La globalizzazione non può avvenire in corrispondenza di una banalizzazione diffusa, che non caratterizza solo il paesaggio "concreto" italiano, ma anche gli aspetti simbolici, culturali e mediatici della nostra società. Compito dell'architettura, e quindi dell'arredo urbano, è la qualificazione estetica e funzionale dell'ambiente in cui viviamo, la guerra al "banale" che minaccia di fagocitare ogni aspetto della nostra vita.»

Ci sono gli strumenti per condurre questa battaglia? «È un compito molto arduo. Molte città hanno tentato più volte negli anni di attuare un progetto di qualificazione sistemica, che non procedesse per piccole entità e in maniera sconsiderata, ma con un pensiero globale a tutto il comparto urbano: arredo, piano regolatore, perché la qualità urbana inizia dalla qualità urbanistica. Ma i risultati sono stati scarsi e questa "non qualità" poi si è riversata a cascata su tutti gli aspetti della vita urbana e quindi ci ritroviamo a girare per strade e piazze

caotiche e anarchiche. Ma l'anarchia deriva da una crisi che è complessiva. È forse un'idea illuministica pensare che tutto potrebbe procedere verso un miglioramento generale? Oggi è difficile individuare una dinamica migliorativa complessiva, siamo in presenza piuttosto di dinamiche di interesse circoscritto e che non sempre coincidono con un reale miglioramento della realtà. È utopia credere che la politica debba invece operare per dirottare l'interesse economico verso un ambito di interesse pubblico? Alla lunga la non coincidenza di questi due interessi porta all'anarchia, perché sono qualità illusorie e contingenti quelle che solitamente ci vengono proposte.»

Che esempi ci dà l'Europa nella gestione dell'arredo urbano? «Nelle città europee la qualità dell'arredo urbano degli spazi pubblici è affidata a grandi società private che incaricano famosissimi nomi della progettazione per disegnare le loro serie di prodotti (lampioni, panchine, raccoglitori di rifiuti, pensiline per l'attesa, gabinetti pubblici, installazioni pubblicitarie, ecc.), poi li realizzano con una cura straordinaria e in cambio all'amministrazione pubblica chiedono spazi pubblicitari. Offrono soprattutto la manutenzione quinquennale, perché arredo urbano non significa solo avere bei prodotti, ma conservarli puliti ed efficienti nell'arco della loro vita. L'accezio-

ne italiana della fornitura significa vendere al Comune dei prodotti e basta, dissociandosi dalla manutenzione, per cui noi ci troviamo di fronte una sovrapposizione di oggetti di diverse "ere", dalle fontanelle di disegno ottocentesco a lampioni del giorno d'oggi. L'ente pubblico non riesce a fare un'efficace manutenzione, adotta tuttalpiù la politica delle nuove forniture e basta. A Roma questo stato di cose è evidente: costituisce uno dei più aberranti errori estetici quello di avere invaso la città con oggetti di assoluto contrasto, formale e cromatico (dai cestini alle panchine, alle pensiline), con la qualità architettonica ed estetica della città. Molti politici adesso hanno scoperto che

la qualità estetica è spendibile su più fronti e parlano di "marketing urbano": io preferisco parlare di identità urbana, quella che consente a chi la vive di avere un beneficio spirituale. La qualità e l'arredo urbano degli spazi pubblici è uno dei maggiori fattori di riconoscimento della qualità culturale di una collettività.»

La condizione delle periferie urbane appare come la più degradata... «Ridefinire le periferie urbane è forse il problema più difficile, perché sono state campo di anarchia, urbanistica e progettuale, per tutti gli anni Ottanta. Con un aggravante, perché nonostante la ricostruzione avvenuta dal dopoguerra fino agli anni Settanta ci avesse già dato dei segnali chiari dei guasti provocati, non siamo stati in grado di porre un rimedio e di cambiare rotta in quegli anni Ottanta che sono stati gli anni delle possibilità, dei mezzi, delle capacità. Invece, sia negli architetti che negli operatori pubblici e privati, non c'è stato se non uno sporadico desiderio di dare qualità all'ulteriore scelta di espansione urbana. Chi percorre oggi le tangenziali di Milano vede edifici per uffici tutti uguali tra di loro; se poi passiamo alla residenza, che è il vero problema della fascia periferica delle città, tocchiamo i punti più bassi. Probabilmente per chi operava nelle periferie i mezzi erano minori a fronte di bisogni più impellenti, ma se un insegnamento è stato dato a noi architetti dai nostri predecessori del Razionalismo e del Minimalismo è stato quello di fare necessità virtù. Avere pochi mezzi non significa necessariamente non poter offrire progetti di qualità. La professione di architetto va interpretata con uno sguardo ampio, deve essere garante di un'etica del progetto, che si confronta con le varie dimensioni (culturale, estetica, ambientale) dello spazio in cui opera. I progetti vanno sempre di più ad incidere sulla dinamica complessiva della società: se c'è una necessità sociale del progettista, architetto o designer che sia, è allora quella di avere una competenza tecnica mirata al conseguimento di un'offerta vasta e non univoca di valori etici.»

Affittasi padre, niente perditempo

GABRIELE CONTARDI

A Torino, un ragazzo ha promesso un'auto a un cinquantenne onorato e si è subito ritirato nei colloqui con i professori. I voti non erano gran che e, allora, per evitare i rimproveri familiari, ha inventato lo stragemma. Ha realizzato un manifesto con l'immancabile computer, mostrando grande sprezzo del pericolo, l'ha affisso sui muri di una centralissima strada della sua città: «Ti piacerebbe guadagnare fra le 50 e le 200 mila in due ore? I requisiti sono: sesso maschile, altezza 1,75, età fra i 45 anni e i 55 anni, capelli castani o brizzolati, settentrionale. Astenersi per tempo, extracomunitari e coloro che pensano ai tratti di pornografia. Presentarsi sabato alle 14 in piazza Cln». Qualcuno si è presentato, ma all'appuntamento sono finiti vivi anche dei poliziotti, insospettitissimi dalla singolarità dell'annuncio. Resisi conto della situazione, hanno consigliato al ragazzo di lasciar perdere per non incorrere in qualche reato. La vicenda appare curiosa, se non altro per la grande pedanteria con cui l'annuncio è stato compilato: passi per l'età, ma il colore dei capelli e addirittura l'altezza dimostrano un'attenzione ai particolari degna di un regista cinematografico. L'elenco delle esclusioni, poi, invita a qualche riflessione. Niente perditempo, tanto per cominciare. Que-

st'avvertenza compare spesso in inserzioni di varia natura ed è difficile capirne pienamente il senso. Significa forse che le nostre città sono piene di gente che, non avendo assolutamente nulla da fare, risponde agli annunci più disparati per il solo gusto di infastidire il prossimo? C'è ad esempio in vendita un'automobile? Il perditempo si presenta, fa domande, verifica il chilometraggio, osserva con attenzione le gomme, dà un'occhiata al motore, controlla con attenzione la carrozzeria, si comporta insomma proprio come se la dovesse comprare, ma alla fine, quando il venditore si illude che la trattativa stia andando a buon fine, getta la maschera: guardi che io sono solo un perditempo, spiega, e poi si allontana soddisfatto. Se così fosse, ha fatto bene il ragazzo, che di perditempo se ne intende, a mettere le cose in chiaro fin d subito. Poi c'è l'esclusione degli extracomunitari. A questo proposito si può presumere che l'avvertenza non dipenda da pregiudizi razziali, ma dalla comprensibile necessità di trovare un pseudo-generatore della propria nazionalità. Però in questo caso, a voler essere ancora più pignoli del pignolissimo studente, sarebbe stato opportuno scrivere più genericamente «stranieri». Un francese si è uno slavo no? Ma forse non ci ha pensato: anche il perfezionismo ha un limite. Infine c'è l'esclusione di «quelli che pensano che si

tratti di pornografia». A parte il fatto che sarebbe stato molto più comprensibile pensare a uno scherzo ed evitare di farsi vivi (il fatto che dieci persone si siano presentate nella piazza a fronte di un annuncio tanto improbabile, attratte da una cifra così modesta, spingerebbe a riflessioni molto più serie e preoccupate delle nostre) sembra che il ragazzo, pur alla ricerca di un padre finto per ingannare quello vero, lo pretendesse serio e integerrimo, senza tanti giri di parole. Ti ha sfiorato il pensiero che si potesse trattare di pornografia, peggio per te, non ti voglio. Poi c'è la somma offerta: «dalle cinquanta alle duecentomila lire». Poco ferrato negli studi, il ragazzo mostra in compenso un precoce spirito imprenditoriale. Purnell'urgenza e nella delicatezza della situazione non appare disposto a sperperare denaro: se qualcuno si accontenta del minimo salariale, ben venga. Cos'altro aggiungere? Si potrebbe riflettere su come sarebbe andata a finire la vicenda se non fosse intervenuta la polizia. Si potrebbe anche fare qualche amara considerazione su questi cinquantenni alla disperazione, umiliati da un ragazzo troppo furbo e intraprendente. Si potrebbero fare altre riflessioni ancora. Lo spazio però manca. Un'ultima cosa, dunque: visto il grande impegno, profuso nell'impresa, non sarebbe stato più facile studiare?

Volontari

Due milioni e mezzo di «assistiti»

La cultura del volontariato organizzato si è manifestata in Italia in ritardo rispetto ad altri paesi, ma ormai in dimensioni sempre più rilevanti, cioè con un peso economico e sociale sempre più cospicuo. Basti questo dato: due milioni e mezzo di italiani in difficoltà sono assistiti ogni anno dal volontariato. Sono persone anziane o non autosufficienti (10,2%), malate (53,3%), immigrati (4,8%), minori (5,9%). Il dato (relativo alla seconda indagine sulle organizzazioni di volontariato iscritte ai registri regionali al 31 dicembre '97) è stato fornito dall'Istat e presentato nell'ambito di Civitas, il salone dell'economia sociale svoltosi a Padova. Rispetto alla precedente rilevazione del 1995, l'Istat ha riscontrato che il numero delle organizzazioni è cresciuto del 40,3%, passando in due anni da 8.343 a 11.710. I volontari impegnati sono 591 mila, il 42,6% sono donne. La maggior parte delle associazioni si contano in Lombardia (1.827), regione in testa alla classifica, seguita a distanza dalla Toscana (1.683), dall'Emilia-Romagna (1.343) e dal Veneto (1.075). In queste quattro regioni si concentra il 50,7% del totale. Il rapporto fra abitanti e volontari disegna però un quadro diverso: rispetto ad una media nazionale di 103 volontari ogni 10.000 persone, in Trentino si contano 503 volontari, in Toscana 260, in Liguria 185, in Sardegna 164. Al di sotto del dato nazionale, invece, la Calabria con 33, la Campania con 32, la Sicilia con 30.

