

NEL LIBRO di Aldo Cazzullo, tra esplorazione giornalistica e analisi sociologica, un impietoso ritratto delle neo cittadelle del consumismo che, come sciami di astronavi, stanno invadendo l'Italia

di Furio Colombo

Nel vasto altopiano vuoto della sociologia che si specializza sempre più nei dettagli e sembra aver perduto uno sguardo d'insieme (un fenomeno altrettanto evidente negli Stati Uniti come in Italia) sembra toccare ai giornalisti il compito di dare notizie sul paesaggio cambiato.

Outlet Italia. Viaggio nel paese in svendita, il nuovo libro di Aldo Cazzullo (Rizzoli, pp. 289, euro 16), è nato dal doppio sguardo di un giornalista colto che sa dedicarsi bene a un grande evento o a un minuto dettaglio, specialmente quando l'evento o il dettaglio hanno a che fare con la vita politica del momento. Ma continua a guardare intorno, nel paesaggio italiano e a vedere l'insieme. Quell'insieme lo intriga perché Cazzullo nota cambiamenti clamorosi. Vede nascere in questo Paese, da un capo all'altro della penisola, una nuova religione. Vede un immenso pellegrinaggio verso e attraverso megacattedrali, si rende conto che, come in tutti i culti, ciascuno è da solo e ciascuno è raggiunto da solo dai messaggi del culto, anche se in apparenza la folla dei pellegrinaggi appare composta di orde (i più giovani) e da intere famiglie, con vecchi al seguito. Finora soltanto un narratore - Niccolò Ammaniti - aveva dedicato pagine che sono un vero e proprio documento, una sorta di film verità, alla vita-pellegrinaggio negli outlet italiani. Nel romanzo *Ti prendo e ti porto via* prima, scortati e confortati anche da materiale documentario come *Bowling at Columbine* (il primo successo internazionale di Michael Moore) avevamo pensato agli outlet come a immense stazioni di conforto nel mezzo delle praterie americane, ovvero in un mondo senza città, senza piazze, senza luoghi destinati nei secoli all'incontro in pubblico. Cazzullo, con la sua dettagliata esplorazione del fenomeno «outlet» in un territorio percorso e ripercorso dalla storia, fittamente popolato di piazze e di chiese, lungo catene quasi ininterrotte di piccole città con tante e profonde radici locali di tradizione e persino codici di comportamento sempre osservati, sempre rimbalzati tra le generazioni, dimostra al lettore che sciami di astronavi «outlet» si sono posate dovunque in Italia, larghi, solidi, chiusi, estranei alla storia, impermeabili (indifferenti) a qualunque cultura perché portano una

Outlet, tutti alla festa fredda del consumo



L'interno di un centro commerciale

cultura propria e diventa capace di travolgere, o meglio di cancellare tutto il prima. Uno strano futuro è già cominciato. Ma, prima di tutto, che cosa è un outlet, che cosa ci fa in Italia, e perché è importante parlarne? Tecnicamente la parola outlet - che si potrebbe tradurre «fuori» o «altrove» - è diventata consueta negli Stati Uniti per indicare una combinazione virtuosa tra costo del terreno e dell'edificio, dislocazione lontana e inizialmente sen-

Un fenomeno nato negli Usa come reazione alle rigide zonizzazioni del commercio

za valore, del luogo in cui sorge l'emporio, la vastità della costruzione che consente, a costi bassi, di ospitare un numero altissimo di punti di vendita - o boutique - la disponibilità di parcheggi quasi senza limiti, e in molti casi il funzionamento di «navette» che facilitano l'accesso a giovanissimi e anziani, producendo una inedita, sconfinata potenzialità quanto al numero di visitatori, dunque di acquirenti. Tutto è nato da una fuga delle imprese commerciali dalle città, dai costi di nuovi insediamenti metropolitani, sempre più inaccessibili, dalla ricerca di ampi e diversificati luoghi di vendita. L'origine

degli outlet è dunque una ribellione tipicamente americana a situazioni apparentemente immutabili. Ogni area urbana americana aveva da decenni le sue zone di vendita tipo supermercato, ipermercato e «department store» (grandi magazzini) definitivamente insediati, definitivamente al riparo da sfide e concorrenza nello stesso ambito urbano. Chi ha seguito il fenomeno dalla nascita di questi centri di megavendite ricorda che il primo «outlet» della vita commerciale americana - dunque del mondo - è stato il «Disney World» di Orlando, in Florida, una sgargiante, luminosa città del futuro costruita su terreni paludosi rifiutati, nonostante la rimozione di ogni limite o regola per le costruzioni, da qualunque acquirente (quel terreno non poteva avere neppure una destinazione agricola) e prescelta per il vasto progetto della Disney a causa della irrilevanza del costo del terreno e della offerta dello Stato della Florida di provvedere gratuitamente a tutti i collegamenti delle nuove strutture con le reti necessarie. «Disney World» di Orlando è stata una scossa per due settori chiave della economia americana: costruzioni e commercio. La rivelazione ha rovesciato il celebre detto del mondo immobiliare americano secondo cui i tre requisiti indispensabili di una costruzione di valore sono «location, location, location». La rivelazione è stata: la location (il luogo) non conta più. Non solo. Ma la lontananza isolata e selvaggia e decisamente fuori mano diventava una attrazione in più,

anzi l'attrazione principale: andate altrove, una sorta di avventuroso «out of the borders», fuori dai confini, di cui parlavano tante canzoni americane.

«L'altrove» che ha consacrato il successo degli outlet americani interpretati come una sorta di «gita a Chiasso» si è rapidamente trapiantato nel paesaggio italiano così profondamente diverso, dove un piccolo centro storico e con chiesa d'autore, mura romane e ruderi del castello, è a poca

Qui da noi ha attecchito in un territorio tutt'altro che vuoto e ricco di storia

distanza da qualche intatto capolavoro della storia. Tutto ciò dimostra che il viaggio di esplorazione di Aldo Cazzullo nella vita a avventure degli outlet italiani è una impresa assai più delicata, complessa e necessaria di un viaggio negli outlet americani. Là il vuoto, anche fisico, poggia sul vuoto storico e sul vuoto del territorio. Nel senso che una curiosa civiltà evanescente fatta di una massa di oggetti e nessun disegno, progetto o destinazione occupa vasti spazi di lande altrimenti abbandonate. Al contrario una Italia affollata di storia, la storia delle città, dei rapporti, dei riti, delle celebrazioni,

delle processioni, dei palii, dei santi protettori, vede depositarsi sulle sue radure tutt'altro che vuote i dischi volanti del nuovo «outlet» carichi di oggetti da vendere già disponibili ovunque, salvo il prezzo che è, certo, conveniente ma non ha alcun rapporto con la necessità.

Qui torna utile una importante intuizione dell'esploratore Cazzullo negli outlet italiani: l'attrazione più grande non è la «la gita a Chiasso» (nella felice espressione di Arbasino anni Sessanta) ma l'esatto contrario: l'ingresso in una materializzazione fisica della televisione, spot e programmi. Qui il senso di appartenenza non è dato dalla presenza dei divi o delle celebrità, ma dalla identificazione del territorio. È come nel gioco magico e fantasioso raccontato da Woody Allen *La rosa purpurea del Cairo*. Con una differenza importante: lo schermo del cinema è un mondo esotico, avventuroso, lontano, lo «outlet» è il passaggio di frontiera dal fuori al dentro del più domestico degli oggetti, lo schermo della televisione di casa. «Là dentro sei più a casa che a casa. Sei nel territorio giusto in cui riconosci ogni oggetto, e ogni dettaglio. Quella immensità di oggetti in offerta ti appare familiare e quotidiana. Ma è davvero un'Italia in «svendita» (come dice il sottotitolo del libro di Cazzullo) quella dei vasti outlet affollata in cui si celebra, per numeri molto alti di cittadini, una «festa fredda» che da l'impressione (l'illusione) di essere senza fine? Forse è - piuttosto - uno strano museo di scienze na-

turali, in cui vengono esposti (ovvero si autospongono) i cittadini tipo di un paese senza passioni, senza ideali comuni, senza un interesse che leghi tutti (una volta si diceva «interesse nazionale») tranne un intenso, meticoloso, infaticabile acquisto di beni di consumo. Del resto, non viene detto anche da autorevoli voci politiche che «dobbiamo aumentare i consumi?» e il totem del Pil (il mitico prodotto interno lordo, non è il grande misuratore della

È come entrare dentro la tv e sentirsi più a casa che a casa. Una simulazione dei sentimenti

nostra collettiva volontà di comprare ciò che la nostra volontà di comprare induce a produrre? Dunque Aldo Cazzullo, nel suo libro documento che occupa, con la esplorazione giornalistica, lo spazio della scienza sociologica d'altri tempi ci porta in visita nella sala macchine del più strano strumento mobile della nostra età. Non arriva, non parte, non promette o permette alcuna avventura. Produce una grande simulazione di sentimenti, entusiasmi, passioni, ideali, persino gioia, tutti antichi tratti umani che non esistono più in natura. Non negli outlet, immense piazzole di sosta di una civiltà interrotta.

LA MOSTRA Emigranti in miniera I nostri volti neri come il carbone

Il miraggio e la disperazione, la speranza e lo sconforto. Tutto in trenta fotografie. La rotta dei migranti viaggia (andata da clandestini e ritorno coatto) da Annaba a Teulada e Carbonia. Una rotta antichissima che adesso gli harragas, i clandestini algerini percorrono a bordo di piccole chiatte sperando di arrivare in Sardegna. Viaggi della speranza che Marco Mostallino, invito speciale del quotidiano nazionale Epolis, racconta attraverso le immagini che ha scattato con la sua macchina fotografica nel corso dei suoi «viaggi di lavoro» tra l'Algeria e la Sardegna. In trenta pannelli sistemati nella sala argani della vecchia miniera i Carbonia (oggi trasformata in centro internazionale per la cultura del carbone), Marco Mostallino racconta la disperazione di chi «ad Annaba ha perso il lavoro, un paese in cui la disoccupazione raggiunge la percentuale del 28 per cento». Eppoi i drammi del terrorismo, gli attentati. «Non è difficile capire perché centinaia di ragazzi lasciano l'Algeria per raggiungere la Sardegna, la porta più vicina dell'Italia e dell'Europa - racconta Marco Mostallino - Un viaggio rischioso e disperato». Non a caso vengono ricordate le cifre, drammatiche sui viaggi della speranza. «Solo nei primi sei mesi del 2007, oltre settanta cadaveri sono stati recuperati lungo le coste algerine: settanta vite spente dalle onde troppo alte o tradite da un motore fuoribordo». E alla fine arriva la rotta della speranza, la stessa su cui sarà realizzata la condotta per il gasdotto che collegherà l'Algeria all'Italia, passando proprio per la Sardegna. Le immagini in bianco e nero raccontano gli storici legami tra la Sardegna e l'Algeria ma anche «gli affari» e le contraddizioni di chi arriva da clandestino e una volta identificato non riesce a capire come fare per riandare in patria. Non è poi un caso che la mostra fotografica sia stata allestita a Carbonia e negli spazi che per anni sono appartenuti alle società minerarie. «Carbonia è la prima città che gli harragas incontrano», spiega ancora Mostallino - e inoltre 70 anni fa, quando è stata edificata ha visto arrivare migliaia di persone provenienti da 73 province d'Italia». Non mancano poi le disavventure di coloro che, una volta giunti sulla terraferma e identificati, vengono lasciati in strada con il foglio in via senza soldi. Disperati, come racconta lo stesso giornalista fotografo, che dormono nelle carcasse delle auto andate in fiamme qualche giorno prima, o sopra le panchine. La mostra itinerante e sarà presentata anche nelle scuole.

Davide Madeddu

IL SAGGIO In «Controstoria dell'unità d'Italia» Gigi Di Fiore rilegge (dal Sud) il periodo che diede vita alla nazione

Pochi miti e tanti debiti, l'altra faccia del Risorgimento

di Enrico Fierro

Chi volesse trovare simpatie leghiste o ansie secessioniste, magari di parte meridionale, nel voluminoso saggio *Controstoria dell'unità d'Italia* di Gigi Di Fiore rimarrebbe deluso. Il libro (Rizzoli, pp. 462 pagine, euro 19,50) è invece un'agile ricostruzione del Risorgimento, uno dei due momenti storici fondanti della nostra Nazione. E nelle pagine che scorrono come un racconto non c'è spazio per eroi invincibili, né miti inviolabili. Mentre sono ancora in corso le celebrazioni del bicentenario della nascita di Garibaldi ed è partita la corsa alle ope-

re pubbliche collegate al 150esimo anniversario dell'Unità d'Italia (150 milioni di finanziamenti inseriti nel decreto della Finanziaria), il saggio di Di Fiore (inviato da *Il Mattino*, autore di studi sul brigantaggio, sul Risorgimento e di fortunati libri sulla camorra) scandaglia vicende ignorate nei testi in uso da decenni nelle scuole. Si racconta di un'Italia divisa in due già ai suoi albori, con stati di assedio e leggi speciali applicate solo alle regioni meridionali in cui si combatteva una sanguinosa guerra civile che andava nascosta: quella del brigantaggio, su cui espresse tante riserve anche Antonio Gramsci. Oppure, di scelte

economiche di uno Stato nato già con 500 milioni di passività nel suo primo bilancio, eredità dei finanziamenti del Piemonte serviti a finanziare le guerre del Risorgimento. Debiti poi spalmati e pagati da tutti gli italiani. Ma si racconta anche il dissolvimento del sistema economico meridionale, basato sul protezionismo e sulle commesse pubbliche. O di leggi anti-clericali e persecuzioni del clero. Poi, ci sono i brogli nei plebisciti, legittimazione formale alle annessioni dei diversi Stati preunitari, o l'uso sapiente delle manipolazioni sulle informazioni nei giornali, o di provocatori di piazza per le agitazioni patriottiche. Ne emer-

ge il quadro di un Risorgimento voluto ed attuato da una minoranza (era il due per cento degli abitanti nella Penisola negli anni dal 1848 al 1870). Quella minoranza, rappresentata politicamente dalla destra moderata di Cavour, esse i propri parlamentari a volte con poche decine di voti. Quella classe dirigente disegnò l'Italia. Nel racconto di dodici anni di storia italiana, si smitizza anche la spedizione dei Mille: i finanziamenti reperiti da Mazzini in Inghilterra, il ruolo di personaggi mafiosi in Sicilia, la crescita esponenziale dei volonteri che furono 1089 solo allo sbarco di Marsala. Una contro-storia, con fatti e misfatti, che piacerà

poco a chi ha bisogno di miti ed eroi per giustificare l'unità. E invece, come scrive Di Fiore, va compreso con quali metodi, anche poco ortodossi, «la penisola dei tanti campanili divenne Italia unita, ma manca ancora una coscienza unitaria». Un bel rebus. Emblematica appare la frase di Garibaldi, nel risvolto di copertina: «Quando i posteri esamineranno gli atti del governo e del parlamento italiano durante il Risorgimento, vi troveranno cose da cloaca». Se revisionismo vuol dire raccontare, da storico-giornalista, fatti documentati, allora diciamo pure questo è un libro revisionista. Che incuriosisce, però.

INCONTRI Domani e lunedì lo scrittore a Milano

La storia dell'Europa secondo John Berger

John Berger, lo scrittore, critico d'arte, sceneggiatore inglese (nato a Londra nel 1926, ma da trent'anni residente in un piccolo borgo della Savoia), sarà domani e lunedì a Milano. Un doppio appuntamento con i suoi numerosi lettori. Domani, alla Casa della Cultura (in via Borgogna), alle ore 16, verrà intervistato da Maria Nadotti. Lunedì invece, alle ore 20,30 presso l'Istituto europeo del design (via Pompeo Leoni 3), gli attori Maria Paiato, Silvia Gallerano e Alex Cendron, leggeranno brani tratti dai suoi libri e in particolare da *Lilla* e *Ban-*

diera (Bollati Boringhieri), ultimo della trilogia che comprende anche *Le tre vite di Lucie* (Pubblicata da Gelka e ormai introvabile) e *Una volta in Europa* (Bollati Boringhieri). Seguirà l'incontro con il pubblico. La trilogia rappresenta una storia dell'Europa: dalle campagne al lavoro abbandono, attraverso la crescita industriale, fino alla completa urbanizzazione dei giorni nostri. A dimostrazione di una tesi: la grande città - secondo Berger - promette molto, promette ricchezza, lavoro, integrazione e alla fine uccide negandoti tutto.