

IL LIBRO EDITO DA DEDALO «RETORICHE» URBANE, TRA POLITICA E DIRITTI

# Ma il futuro delle città non è solo marketing

## Amendola: bisogna saper fare le scelte

di LINO PATRUNO

**L**e città? Pubblicizzate come un dentifricio. Pensa che Chicago è arrivata a ricordare che le prime quattro lettere del suo nome fanno Chic. Il fatto è che le città sono oggi il posto nel quale si decide il mondo. Ci vive la metà della popolazione della Terra. E solo negli Stati Uniti quasi 250 milioni di persone si affollano in quel tre per cento del Paese che è urbano. Ecco perché per vincere la guerra dell'attrazione, si fanno una lotta più spietata di quella fra Trump e la Clinton. Ricorrendo anzitutto alla retorica per raccontarsi: il «parlar risuonante» che aiuta a vendersi. Appunto, *Le retoriche della città. Tra politica, marketing e diritti*, come Giandomenico Amendola titola il suo ultimo libro (Dedalo ed., pagg. 165, euro 16,50).

Niente di nuovo sotto il sole, dato che avviene dai Greci e dai Romani. Ma c'è retorica e retorica, come c'è dentifricio e dentifricio. Ed ovvio che in questo viaggio pochi come Amendola ci possano condurre, vista la sua lunga militanza di docente alla facoltà di Architettura di Firenze e al Politecnico di Bari. Non essendo facile aggirarsi fra verità e inganni di città capaci di adottare tutte le tecniche di un Carosello, quando c'era il brandy che crea un'atmosfera. Perché anch'esse cercano soprattutto di eccitare, di creare un mito che porti non solo nuovi cittadini ma turisti, studenti, investitori, benessere, consenso politico.

Ma emozioni fa rima con mistificazioni. Promesse di felicità dietro alle quali spesso si nascondono più costruttori edili che

qualità della vita. Perché, come dicono gli inglesi, si comincia con le poesie e si finisce con immobili e terreni. Sono quelle più moderne le retoriche che stimolano l'attenzione più icastica di Amendola, ancorché egli ritenga che tutto faccia parte legittimamente del gioco specie nell'era della comunicazione.

Metti questa retorica della *smart city*, la città intelligente nella quale i semafori dovrebbero decidere da soli il rosso e il verde, uno *smartphone* dovrebbe bastare per curarsi a distanza, gli oggetti dovrebbero parlarsi fra loro e chissà che non ci sia uno *smart sex*, visto quanti fanno sesso col computer. Ma ciò che funziona da una parte non funziona dall'altra. E non è detto che i costi di questa pur magnetica orgia tecnologica significhino anche ospedali decenti e bus puntuali. Per Amendola, è il più ricco affare dei nostri giorni.

Così la retorica della città sostenibile, un equilibrio fra uomo e natura in cui i comportamenti individuali dovrebbero valere più dei tanti quartieri verdi e dintorni così cari alle teorie (e alle fatture) degli *archistar*. Una retorica della ben-

zina verde che sarebbe la benvenuta se non significasse tonnellate di mais sottratti alla produzione e alla fame. E una retorica del risparmio energetico che fa a pugni con le casette monofamiliari più giardinetto privato davvero poco sostenibili visti i consumi superiori a quelli di un condominio. Per non parlare della cosiddetta accorsatissima «resilienza», capace di superare tanto terremoti quanto atti di terrorismo. Una usura e banalizzazione dei concetti.

Non meno guardinghi Amendola invita ad essere verso la retorica della città produttrice di ricchezza. Specie quando passa per megaoperazioni simboliche tipo nuovi stadi, o Expo di genere vario (nessun riferimento a Milano) o Olimpiadi (nessun riferimento a Roma 2024). Straordinarie realizzazioni (immobiliari, rieccoci) i cui onerosissimi progetti portano smisurati profitti a proprietari e classi più agiate sottraendo magari risorse ai settori sociali e ai quartieri più deboli.



Compresi i progetti che hanno a che fare con la cultura, argomento molto nobile e risultati un po' meno nobili.

Un esempio per tante altre città: Bilbao. Il cui fantasmagorico museo Guggenheim al titanio, opera di un genio come il canadese Gehry, l'ha fatta diventare famosa ma con una spesa di 228 milioni di dollari (12 solo all'autore) e senza risultati equivalenti sul reddito cittadino e sui posti di lavoro. A parte il contagio internazionale. Così c'è Glasgow rinata solo nelle sue zone-verdine al tempo in cui è stata capitale europea

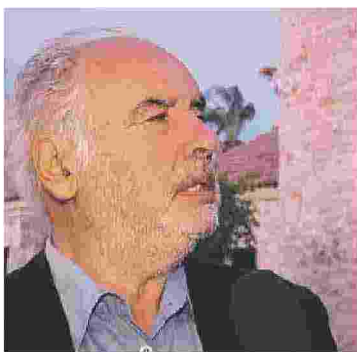
della cultura (come sarà Matera nel 2019), ma anche una Mola di Bari che ha affidato il suo lungomare a un grande come lo spagnolo Bohigas, sogni di gloria spesso svaniti a luci di inaugurazione spente. Qualcosa di simile alla retorica debordante della città creativa, aggettivo alla moda tanto affascinante quanto vagamente confuso.

Le città che hanno un futuro, avverte Amendola, sono quelle che lo hanno già scelto. Quindi non è scontato ma va inventato e costruito. Non escludendo la retorica, che è narrazione per far conoscere e motivare. Così l'intrigante e istruttivo itinerario nel quale ci accompagna passa pure per la retorica della città della razionalità e della giustizia, della bellezza e della partecipazione, dell'individualismo e della comunità, dell'accoglienza e della rassicurazione. Non dovrebbe essere solo marketing ma politica e arte civica di muovere le genti, come ammonì Giambattista Vico.

La città è la più importante delle attuali poste in gioco. È bene costruirvi sogni, ma l'essenziale è che siano sogni sognati da tutti. A conti fatti, conclude Amendola, meglio una passione per il possibile.

## Domani alla Fiera

■ Giandomenico Amendola presenterà «Le retoriche della città» (Dedalo ed.) domani alle 15,30 nello stand del Comune di Bari, alla Fiera del Levante, nell'ambito dell'assemblea nazionale dell'ANCI. Con l'autore, intervorranno Angela Barbanente, Antonio Decaro, Enzo Bianco e Paolo Perrone. L'ingresso è libero.



**L'AUTORE** Il sociologo Giandomenico Amendola. Su, pianta grafica di Bari

