

{ Libri } Il tema della nuova fatica di Giandomenico Amendola, uscito recentemente da Dedalo

# Le retoriche della città, tra politica, marketing e diritti

La città è oggi al centro di ogni discorso, visto che il mondo è ormai quasi completamente urbano. In questo discorso è impossibile parlare di futuro senza immaginare quale città lo farà migliore o peggiore. E' nella città che prende corpo e diventa visibile la società, una città che, trasformata dalla deindustrializzazione e dalla globalizzazione, deve reinventarsi un futuro, poiché questo non deriva più inercialmente dal passato. Ma il futuro ci sarà solo per quelle città che lo hanno già scelto, poiché, nella postmodernità, esse sono tutte alla ricerca di nuove strade per lo sviluppo, per cui è inevitabile che vi sia tra loro una certa concorrenza al fine di accaparrarsi, prima che sfuggano le occasioni, quote maggiori di risorse, di capitali, imprese, famiglie e visitatori. Inoltre è al momento della scelta che fa capolino la retorica, ovvero l'arte della persuasione, che, usata nell'arte della politica, diventa, secondo Aristotele, "arte civica", ovvero strumento capace di "muovere le genti", di mobilitare energie, quando occorre raccontare e rendere credibile la fattibilità di una città appunto migliore. Ogni città migliore, infatti, è sempre stata accompagnata da un discorso che la proponesse, la giustificasse, la esaltasse.

E' questo il tema del nuovo libro del sociologo Giandomenico Amendola, uscito recentemente da Dedalo, **Le retoriche della città - Tra politica, marketing e diritti** (165 pagine, E 16,50), in cui l'autore ci propone un viaggio virtuale alla scoperta della città giusta, la città razionale, la città sostenibile, la città creativa, la smart city, la città come macchina per lo sviluppo, la città del-

la cultura, la città evento, la città dell'accoglienza. La posta in gioco è ancora una volta il diritto alla città.

Allo stesso tempo Amendola ci invita però ad essere guardinghi verso la retorica della città produttrice di ricchezza, specie quando passa per megaorganizzazioni simboliche tipo nuovi stadi o Expo o Olimpiadi, che sono straordinarie realizzazioni (immobiliari), i cui onerosissimi progetti portano smisurati profitti a proprietari e classi più agiate, sottraendo magari risorse ai settori sociali e ai quartieri più deboli.

Purtroppo oggi è enorme lo scarto tra la complessità ed il costo delle politiche necessarie per scuotere una città da un troppo lungo torpore e le risorse scarse disponibili. Pertanto, in attesa di una efficace e credibile strategia a vasto raggio, anche i cittadini, suggerisce Amendola, possono contribuire con la loro iniziativa a rendere più interessante la città in cui vivono. Si tratta di azioni di piccola scala e a basso costo che, sviluppate negli spazi pubblici, sono capaci di migliorare non solo gli ambiti urbani in cui

si svolgono - dando loro maggiore vivibilità e bellezza - ma di innescare azioni analoghe in tutta la città. Possono essere, per esempio, mostre di pittura, musica all'aperto, cinema in piazza, orti o giardini temporanei, eventi di gioco per bambini, mercatini di artigianato. Basta un po' di fantasia. Insomma politiche di rigenerazione urbana "fai da te" con il sostegno evidentemente delle amministrazioni pubbliche, anche finanziario se necessario.

Mary Sellani

