

Quel che resta della Vucciria

Summary: THE REMAINS OF VUCCIRIA

Local markets born with the city and are often spontaneously concentrated in the central areas playing a key role in the development of the local economy. The activity that takes place in them is not only material, but also social and cultural. In recent decades a strong decay is observed not only in a part of the historical center of Palermo (Sicily), but also in the related symbols. The aim of this work is to investigate in detail which causes are associated with the decline of one of the most famous historical markets in Italy, the Vucciria, so finely described by Leonardo Sciascia, Renato Guttuso and Andrea Camilleri.

Keywords: Palermo, Historical Market, Vucciria.

I mercati rionali nascono con la città e si concentrano spesso spontaneamente nelle aree centrali divenendo luoghi significativi per lo sviluppo dell'economia locale. Lo scambio che si attua in essi non è solo di tipo materiale, ma anche di matrice sociale e culturale. I mercati nel tempo finiscono per riflettere il carattere dei loro cittadini e il rapporto tra questi e il territorio. Si tratta di "una forma di innesto da subito naturale" (Ginzburg, 2001, p. 34). Una città dotata di mercati storici di rilievo ha certamente una popolazione e un'indole vivace, è ricca di iniziative, aperta ed accogliente. Ciò appare evidente se osserviamo il quartiere, ovvero il laboratorio in cui i mutamenti di ordine sociale ed economico si intrecciano definendo la realtà urbana del momento. I mercati storici sono sistemi autopoietici capaci di crescere e di adeguarsi ai tempi e alle esigenze della popolazione. Essi sono ad un tempo sopraffini recettori del mutato sentire della popolazione locale e utili strumenti di lettura dello status, delle ansie e delle tendenze dei loro fruitori. In tal senso i mercati storici possono essere identificati come perfetti esempi di *superluoghi*, in opposizione ai noti spazi individuati da Marc Augé, infatti al mercato storico l'individuo interagisce, comunica, sceglie e socializza: è parte attiva di esso.

I mercati storici possono essere inoltre inclusi nella categoria di bene culturale e dunque aspirano ad essere riconosciuti, istituzionalizzati, tutelati e promossi.

Nel XXI secolo i mercati storici sono stati tuttavia considerati come gli ultimi baluardi delle città in trasformazione. Città che hanno subito mutamenti e spostamenti delle centralità, della composizione

sociale, dell'economia e dello stesso assetto urbano. Città in cui l'informazione, le infrastrutture, la tecnologia e la creazione di spazi virtuali (Internet, e-commerce) hanno influenzato le scelte dei consumatori "liberandoli" dai classici vincoli di prossimità (Cirelli *et alii*, 2006, pp. 63-67). Il risultato è stata l'attenuazione dei tradizionali riferimenti alla città come luogo evocatore di forti identità. Una delle trasformazioni urbane più rilevanti riguarda proprio la distribuzione che si è evoluta gradualmente fino alla completa affermazione del formato "Centro Commerciale". Nel vorticoso divenire imposto dalla globalizzazione i mercati storici hanno cercato di opporre con sicumera la più vivace tra le staticità. Generalmente i loro punti di forza sono riconosciuti nell'offerta a prezzi contenuti, nei minori costi di gestione dell'attività, nella possibilità di effettuare contrattazioni e di "toccare con mano" la merce, nella percezione che i prodotti alimentari siano freschissimi e, non meno importante, nell'esperienza suggestiva di vivere il mercato tra odori, colori e suoni caratteristici (Cirelli, Faia, 1999, p. 527).

Prendendo atto della sempre più frequente inclusione dei mercati storici delle maggiori città siciliane nei principali percorsi turistici cittadini, l'obiettivo del presente lavoro è quello di indagare quali cause stiano conducendo, diversamente, uno dei mercati storici più noti d'Italia, la Vucciria, alla sua scomparsa e quali possano essere le ragioni e le modalità per giustificare una futura esistenza del mercato. Mentre il Centro Storico di Palermo – nonostante il progressivo degrado fisico e sociale che lo ha colpito dal secondo dopoguerra – è riuscito nel suo insieme a mantenere ad



un certo livello importanti funzioni economiche (Cusimano, 1986, p. 9), il “sistema” della Vucciria non ha saputo adeguarsi ai numerosi cambiamenti occorsi nella seconda metà del XX secolo.

Il declino della Vucciria

I principali mercati storici di Palermo (Ballarò, la Vucciria, il Capo, Porta Carini) “sono rimasti testimoni della Palermo prebellica entro le mura, luoghi del commercio certo ma soprattutto icone di una cultura del mercato fatta di rapporti personali e familiari agiti da personaggi che un po’ troppo facilmente si offrono alle lusinghe della lettura stereotipica del popolare e del vernacolare, ma non per questo meno affascinanti” (Cusimano, 2008, p. 160). Tuttavia da qualche decennio risulta evidente il lento declino non solo di una parte del Centro Storico di Palermo, ma anche dei suoi relativi simboli. Uno di questi è il mercato storico della Vucciria. Sembrano già lontani i tempi in cui proprio qui la regista Roberta Torre ambientava la storia di Tano Guarrasi – mafioso ucciso nella sua macelleria – nel film musicale “Tano da morire” del 1997. Ed è lontano certamente il 1974, anno in cui Renato Guttuso raccontava il dinamismo e la vitalità del mercato ne “La Vucciria”, il suo più celebre dipinto in cui i dodici individui raffigurati si confondono con i prodotti del mercato (foto 1). I significati del dipinto e del mercato sono ben chiari in un volume di Andrea Camilleri del 2008. Qui l’autore coglie la portata del mercato e il suo fascino passato quando afferma, ricordando la sua gioventù, che si trattava di un “luogo che apriva la

fantasia. Perché era un luogo dov’erano possibili accadimenti impossibili altrove”.

Il dipinto di Guttuso mette in evidenza la nota capacità dei commercianti della Vucciria di proporre e sistemare gli alimenti in modo unico e invitante nelle piattaforme in lamiera e legno accomodate su trespoli¹. Scrive Laura Rizzo che si trovano “Frutta e verdure lungo tutti i percorsi, in un misto accattivante di colori, ora accesi, ora tenui, nel giuoco di riprodurre quasi un giardino incantato con le più fedeli cromie della natura. [...] la variopinta coltre dei pesci, in apparente rinfusa che, in realtà dimostra tecniche di provata pazienza, gusto e attenzione all’estetica dell’invito; al richiamo infallibile sul passante curioso [...]. E quegli occhi dei pesci in mostra nella *Vucciria* non sono mai teorie di commestibilità rafferme, sembrano piuttosto presenze vive d’un invito al piacere del cibo. [...] Spiccano composizioni di teste di agnelli già scotennate, che solo a immaginarle altrove farebbero venire la pelle d’oca e che qui, alla *Vucciria*, tendono a farsi rappresentazioni scultoree, capricciosamente disposte a quadrifoglio, a rosa dei venti, dove tutto l’orrido si stempera nello stile della sua raffinata rappresentazione mercantile, nella ritualità del fagico come necessità biologica e, ancora una volta sapore, piacere [...]” (Rizzo, 2003, pp. 252-253).

La Vucciria

La *Vucciria* si trova all’interno della I Circoscrizione, che corrisponde al Centro Storico e che un tempo conteneva la città all’interno delle mura del ’500 (figura 1).



Foto 1. “La Vucciria” di Renato Guttuso (1974) - Palazzo Steri. Foto: L. Mercatanti, 2009.



Fig. 1. Le otto circoscrizioni di Palermo. Fonte: Elaborazione dell’autore.

I *Quattro Canti* di Palermo (Piazza Villena), punto d'incrocio tra la Via Maqueda e il Corso Vittorio Emanuele, rappresentano la scenografica origine dei quattro quartieri storici (o *mandamenti*) della I Circoscrizione che costituivano l'antico tessuto urbano. Si tratta di una distinzione che pur non avendo oggi rilievo dal punto di vista amministrativo, desta invece interesse dal punto di vista sociale, urbano ed economico. La Vucciria si trova nel quartiere nord orientale denominato *La Loggia* (mandamento Castellammare), delimitato dalla via Maqueda, dal Corso Vittorio Emanuele, dalla Via Cavour e dalla Via Crispi. Il quartiere ha come cardine la piazza Caracciolo, nucleo fondante del mercato. Da qui si irradia un fitto intreccio di viuzze e piazze minori nelle quali quotidianamente si svolge il mercato (figura 2).

Agli inizi il mercato della Vucciria era destinato prevalentemente alle tradizionali e antichissime attività di macello e vendita della carne².

La nascita, lo sviluppo e la stabilizzazione di un mercato o della funzione commerciale non era in passato conseguenza di un regolamento o di un provvedimento legislativo, ma un fenomeno urbano spontaneo o dipendente dalla logistica urbana, dalle esigenze dei cittadini e dalle consuetudini. In particolare deve essere stata determinante la vicinanza della Cala – il porto minore di origine fenicia – da cui giungevano i mercanti. Questi contribuirono, assieme ai residenti, a disegnare il concentrato susseguirsi di vicoli ancora oggi esistenti. Nel quartiere fiorì anche una significativa attività artigianale, oggi quasi del tutto scomparsa, ma documentata dai nomi di alcune strade: via

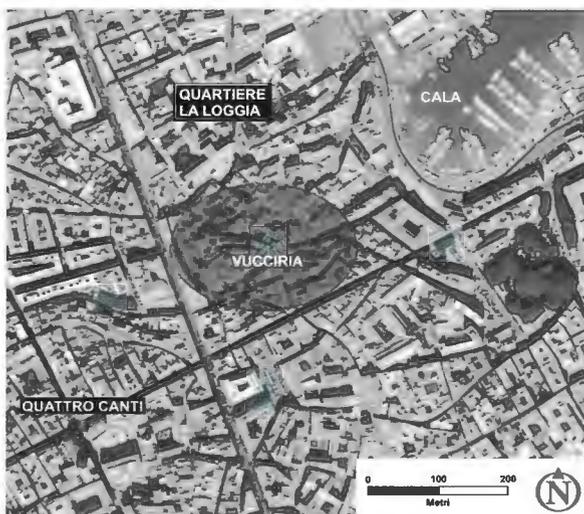


Fig. 2. La Vucciria all'interno del quartiere La Loggia.
Fonte: Elaborazione dell'autore su immagine satellitare Google Earth.

Coltellieri, Materassai, Pannieri, dei Frangiai, dei Bottai, dei Tintori, dei Cassari, dei Chiavettieri. In quest'ultima, ingresso orientale al mercato, è già evidente – come in altri spazi – la scomparsa di qualsiasi attività riconducibile alla Vucciria (foto 2 e 3).

Nonostante non sia individuabile con esattezza



Foto 2. La Via dei Chiavettieri da pochi anni senza bancarelle.

Fonte: L. Mercatanti, settembre 2009.



Foto 3. Degrado e abbandono nei pressi di Piazza Garraffello.

Foto: L. Mercatanti, settembre 2009.



l'anno di nascita della Vucciria, tuttavia dall'origine del nome si può ipotizzare la presenza del mercato già durante la breve dominazione angioina in Sicilia (XIII secolo). L'assetto fisico attuale del mercato è in gran parte riconducibile all'opera di sistemazione, voluta nel 1783 da Domenico Caracciolo, nell'ambito della complessa "ristrutturazione della società siciliana attraverso un severo ridimensionamento del potere baronale e del clero" (Grillo, 2004, p. 52). Al Viceré di Sicilia si deve anche il tentativo di dare un forte impulso al commercio, grazie alle sue *circolari* del 1785 e alle *istruzioni* del 1789 (Giarrizzo, 1965; Franchetti, 2000, pp. 70-71).

Fino agli anni '60 del XX secolo la Vucciria era un mercato molto attivo, frequentato e affascinante, anche se ancora nessuno osava includerlo palesemente tra le offerte turistiche della città. Era un mercato in movimento, con la sua peculiare pavimentazione (balata) sempre umida a causa del continuo utilizzo dell'acqua per mantenere fresco il pesce o per lavare le verdure, tanto che era noto il detto popolare "Il mondo finirà quando si asciugheranno le balate della Vucciria", ad indicare un avvenimento che mai si sarebbe verificato. Eppure le balate si stanno asciugando: "restano solo otto botteghe e dieci pescivendoli, che sistemano le loro bancarelle sulle antiche «balate» e restano aperte per la gioia dei turisti solo fino alle 13" (Napoli, 2008, p. 10).

Negli ultimi anni i negozi e i mercati storici hanno subito diversi contraccolpi dovuti al rapido cambiamento del concetto di città. La nascita di nuovi centri e soprattutto di nuove periferie dotate di un'alta funzione commerciale (centri commerciali), con caratteristiche non presenti nei mercati storici (accessibilità, parcheggio, climatizzazione, uso di strumenti di pagamento quali bancomat e carte di credito, sicurezza), hanno inferto un duro colpo alla tradizione. In particolare uno dei fattori critici nelle strategie delle moderne superfici di vendita è il cosiddetto "momento esperienziale", cioè la soddisfazione delle nuove esigenze dei consumatori attraverso l'offerta di *visual merchandising*, sponsorizzazioni, eventi con *testimonial*, giochi e sale giochi, cinema con multisala, spazi ristoro e così via, tanto da ridurre o anche annullare il piacere del consumo (Fabris, 2003; Schillaci, Romano, 2006, pp. 44-49). Alcuni mercati storici si sono naturalmente adeguati attraverso rilevanti trasformazioni, altri sono entrati in una fase di crisi. Il primo caso è rappresentato a Catania dal mercato giornaliero di Piazza Carlo Alberto, a "fera o' luni", in cui la sostituzione etnica di buona parte dei commercianti ha consenti-

to il mantenimento di una grande vitalità (Rizzo, 2006; Mercatanti, 2007, pp.226-229) per l'ampliamento dell'offerta e la diminuzione dei prezzi. Il secondo caso è invece evidente nei mercati dedicati esclusivamente al settore alimentare, come la Pescheria di Catania o, per l'appunto, la Vucciria. Questi mercati non temono certo la crisi dovuta all'economia globale del commercio elettronico, sia per la tipologia del prodotto, che deve essere riconoscibile come freschissimo³ e dunque non può essere diffuso attraverso i canali dell'*e-commerce*, sia perché possiedono due componenti uniche: la tangibilità dei prodotti e gli aspetti folcloristici: le urla, la confusione, la varietà cromatica e i profumi. Proprio questi ultimi aspetti mantengono in vita la Vucciria e le attribuiscono una certa turisticità. A tal proposito una riflessione sulle tendenze del turismo appare fin da subito rilevante. Si assiste in Sicilia alla compresenza di due nuovi trend turistici opposti. Da un lato si ha la nascita di una forma di turismo che privilegia *in toto* la visita e la permanenza nei parchi artificiali come Etnaland oppure nelle aree ad alta concentrazione di centri commerciali⁴ con l'esclusione della visita del centro storico o dei classici beni culturali, dall'altro si diffonde invece l'esigenza di conoscere in modo più complesso una città, non solo attraverso i suoi monumenti, ma anche per mezzo dei suoi mercati storici, ai quali non poco spazio viene dedicato nelle riviste specializzate in turismo o nei principali programmi televisivi che promuovono luoghi interessanti dal punto di vista naturalistico e delle tradizioni (Lineablu, Sereno Variabile...). Oggi i turisti sono affascinati dal mercato e dalle grida dei venditori. Queste, note come *abbanniate*, rappresentavano fino a qualche tempo fa una forma di richiamo, di pubblicità, "un'esplosione sonora che subito vibra, emoziona. Parole incomprensibili [...] senza tempo, eppure così dense di memoria" (Ginzburg, 2001, p. 59). Nonostante sia noto a Palermo il motto *Roba abbannata è menza vinnuta*, tuttavia oggi, le quasi del tutto sopite *abbanniate* sono per lo più rivolte ai turisti che si girano curiosi a cercare la fonte delle ormai rauche grida.

Le ragioni della crisi

È sufficiente fare una rapida indagine alla Vucciria per notare come l'età media dei commercianti sia abbastanza elevata e come sia ormai difficile assistere a momenti di "confusione". Sono pochi i giovani che hanno deciso di continuare la decennale attività dei genitori oppure di intraprenderne una nuova. Tutto pare essere iniziato negli anni

'70. Fino ad allora gli stessi commercianti generalmente risiedevano nel quartiere La Loggia e facevano parte di una complessa e dinamica rete che rendeva il mercato motore identitario dell'intera città, efficace e naturale costruttore di simboli. Questa rete, basata sul principio della solidarietà, ha avuto per secoli successo grazie alla possibilità di scambiare informazioni, di esercitare il controllo (e dunque la difesa "commerciale") all'interno dell'area mercatale, di trasmettere e diffondere il *know how* e di sfruttare le economie di scala grazie soprattutto alla ottimizzazione dei fattori organizzativi.

È in atto nelle vie in cui è presente il mercato il fenomeno opposto alla gentrificazione. Nonostante la densità abitativa della I Circostrizione sia al 31 dicembre 2008 ancora la più elevata tra le Circostrizioni (10.994 ab/Km²), si assiste ad una generale diminuzione dei residenti e alla sostituzione di parte di essi con nuovi meno benestanti⁵. Questi si identificano in extracomunitari che riescono a sfruttare la diminuzione dei costi d'affitto delle abitazioni, conseguenza del fatto che il centro storico di Palermo mostra sempre più i segni di una crisi economica e materiale. Fino agli anni '60 del secolo scorso la maggior parte dei commercianti della Vucciria risiedeva nel relativo quartiere. Si era dunque creato e sedimentato nel tempo un vero e proprio rapporto biunivoco tra mercato e quartiere, nel rispetto dell'espressione popolare "èssiri di casa e putìa", cioè avere la casa nello stesso luogo o nelle vicinanze della bottega. Oggi la Vucciria è un luogo di lavoro, distinto dalla realtà in cui si risiede. Molti commercianti sono pendolari. Ciò significa che non sono più interessati direttamente alle sorti del quartiere. Il mercato non è più la propaggine dell'abitazione. Diviene debole, e scomparirà del tutto nella successiva generazione, quel legame affettivo e identitario con il territorio. Si vanno dissolvendo cioè i vincoli socio-culturali del tipo parentela-vicinato-congregazione. I nuovi residenti non sono in grado (né per la verità sono interessati, perché clandestini o affittuari) di apportare delle migliorie ai loro appartamenti o agli edifici e generalmente lavorano in altre parti della città. Si va perdendo così una delle funzioni del mercato: l'essere un grande denominatore comune delle tante storie familiari del quartiere.

Sono ancora visibili gli effetti dei bombardamenti a cui è stato sottoposto il capoluogo di regione nel 1943 e diversi sono, per questo motivo, gli edifici fatiscenti che fanno da sfondo al mercato che, a sua volta, coincide con l'area della città maggiormente colpita. Alcuni edifici bombardati in realtà potrebbero ormai essere considerati luo-

ghi di memoria e dunque un'attrattiva dell'area, se opportunamente recuperati e riusati.

È necessario tuttavia considerare che la rovina in cui versano molti edifici ha diverse origini. Il ciclo di vita della Vucciria ricalca inevitabilmente quello della relativa parte del Centro Storico di Palermo. Si ritiene allora che il vero *incipit* della fase di declino della Vucciria sia rappresentato dagli effetti del terremoto del Belice che sconvolse la Sicilia occidentale nel gennaio del 1968, danneggiando gravemente una parte degli edifici più antichi del Centro Storico (già sottoposti alle sollecitazioni sismiche del 1940 e ai bombardamenti). L'incapacità delle amministrazioni locali di recuperare una tale situazione ha originato il lento abbandono dell'area. Questo diviene evidente quando i residenti sfollati occupano abusivamente le case a schiera del quartiere dormitorio della VII circostrizione detto ZEN – infelice nome oggi edulcorato in *San Filippo Neri* – costituito da fabbricati di edilizia popolare (Stella, 2008, p. 285). Diversi edifici inagibili vengono occupati illegalmente, consolidando la situazione di degrado a cui neanche lo sfruttamento – per la verità insufficiente – di importanti opportunità, ha saputo negli anni recenti porre rimedio⁶. La reazione al disastro è stata dunque per decenni l'applicazione di un modello inadeguato: la costruzione di nuove aree urbane e lo spostamento permanente dei residenti piuttosto che il recupero degli edifici danneggiati (Schneider, Schneider, 2003, p. 16). Ciò ha provocato una prima importante lacerazione per il quartiere e per i residenti trasferiti, espropriati dei loro spazi di vita originari. Eppure il quartiere, come tutto il centro storico, è ricco di beni culturali di rilievo che permettono la fruizione di suggestivi itinerari (Chirco, 2005, pp. 215-245; Civita Servizi, 2008).

Il quadro demografico del Centro Storico non è confortante ed è il risultato della progressiva destrutturazione del tessuto sociale. Secondo i dati forniti dall'Ufficio Statistica del Comune di Palermo, al 31 dicembre 2008 risiedono nella I circostrizione 27.046 individui, di cui 5.708 sono stranieri che provengono prevalentemente dal Bangladesh, dalla Tunisia e dallo Sri Lanka. Gli abitanti del Centro Storico erano 125.481 nel 1951, 106.148 nel 1961, 52.686 nel 1971, 38.960 nel 1981 e 35.000 nel 1987⁷ (Blandi, 1998, p. 230).

La struttura della popolazione mette in evidenza il fenomeno della senilizzazione dei residenti e gli squilibri generazionali correlati al regresso demografico e ai mutamenti dei tassi di natalità e mortalità. Gli equilibri intergenerazionali risultano di conseguenza alterati. Ciò si evince dalla dimensione assunta dalle coorti giovani (moderata-



mente numerose) e da quelle anziane (più ridotte). Mentre è evidente la consistenza delle classi centrali, in particolare del *range* 30-49 anni (figura 3). L'indice di dispersione scolastica per le scuole secondarie di I grado è del 19,6 %, il più elevato tra le otto circoscrizioni, mentre per le scuole secondarie di II grado è del 17,1% (Anno scolastico 2006/2007. Fonte: Ufficio dispersione scolastica del Provveditorato agli Studi di Palermo).

I luoghi della Vucciria sono spesso associabili a degrado e povertà essendo tangibile quella "condizione marginale" già individuata per il quartiere Borgo Vecchio da Guarrasi (1978). Con riferimento al solo quartiere La Loggia, si è assistito negli ultimi anni ad una vera e propria sostituzione etnica, con l'aumento della "forbice" tra più ricchi e nuovi poveri. In particolare aumentano considerevolmente i residenti provenienti dal Bangladesh, mentre abbandonano il quartiere gli africani e gli srilankesi (figura 4).

Si tratta in verità di dinamiche complesse e difficilmente schematizzabili. È in atto inoltre un circolo vizioso: è risaputo a Palermo che la Vucciria non sia il più conveniente tra i mercati storici di Palermo. La tendenza ad aumentare i prezzi da parte dei commercianti è stimolata dalla presenza dei nuovi acquirenti: i turisti. L'aumento del prezzo scoraggia i residenti, proprio i potenziali clienti su cui bisognerebbe puntare grazie al vantaggio di prossimità. I molti avventori che giungono dalle altre parti della città oggi preferiscono invece la logica del supermercato o, più recentemente, quella dei nuovi e accattivanti centri commerciali. Ricorrendo alle due principali tipologie di vantaggio competitivo individuate dall'economista statunitense Michael E. Porter e considerando la Vucciria nel suo insieme, si può affermare che, se questo mercato storico non esercita certo una

leadership di costo (cioè la capacità di offrire prodotti simili a quelli offerti dai concorrenti ad un prezzo inferiore), certamente possiede ancora un punto di forza nella strategia di differenziazione (ovvero la capacità di offrire un prodotto che sia percepito dal compratore come *unico*, con requisiti non riscontrabili negli altri prodotti presenti sul mercato). Si ritiene tuttavia che ciò accada in modo inconsapevole da parte dei commercianti, che storicamente, e in particolare prima dell'avvento dei supermercati, hanno commercializzato prodotti specializzati. Il vantaggio dovuto alla specializzazione rischia però oggi di ridursi notevolmente da un lato per la possibilità di trovare a prezzi minori la stessa merce specializzata nei vicini mercati storici e dall'altro dalla riorganizzazione competitiva dei sempre più diffusi centri commerciali che dedicano ampi spazi ai prodotti tipici locali. La sola ipotesi della concorrenza dei supermercati e dei centri commerciali tuttavia non è convincente perché altri mercati storici di Palermo, come Ballarò, continuano malgrado tutto ad avere successo.

Con il suo odierno fascino decadente, sospeso fra un vivace e glorioso passato e un incerto futuro, il mercato della Vucciria è oggi fotografato e filmato da turisti che non ne riescono a ravvivare l'anima, sempre più spenta, ma che tendono a farlo divenire una copia (non identica) di sé stesso. Potrebbe essere proprio il turismo una nuova scintilla da cui ripartire? Così la Vucciria diverrebbe semplicemente un'attrazione all'interno della città che Lloyd e Clark hanno definito "an entertainment machine" e, nello stesso tempo, un calzante esempio del "museo d'ombre" individuato da Gesualdo Bufalino.

Non bastano le iniziative come il festival "Vucciria. Sonorità popolari contemporanee", oppure

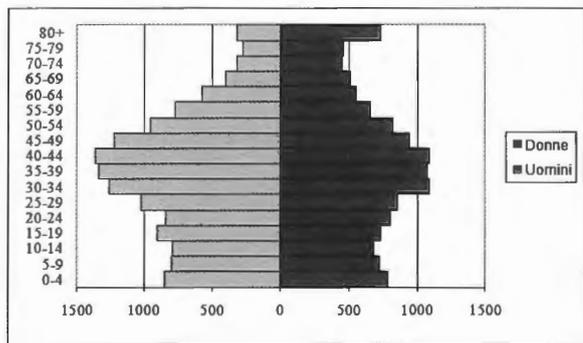


Fig. 3. Piramide dell'età (I circoscrizione) al 31/12/2008. Valori assoluti.
Fonte: Elaborazione dell'autore su dati della Ripartizione Anagrafe del Comune di Palermo.

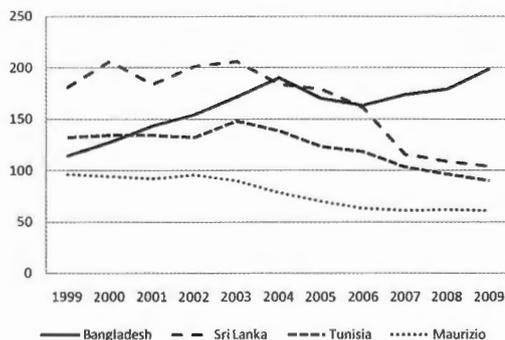


Fig. 4. Popolazione straniera residente nel quartiere La Loggia per anno e provenienza (1999-2009).
Fonte: Segreteria Anagrafe-Comune di Palermo su dati SI-SPI; elaborazione dell'autore.

l'occasionale scenografia del mercato palermitano utilizzata a Milano nel 1999 da Dolce&Gabbana, o ancora il più importante ripristino del palazzo Ramacca o la nascita di qualche galleria d'arte. Leggendo la cronaca non appare costruttivo o appagante l'annuncio che alla Vucciria da qualche tempo si respiri un'aria nuova oppure che si sia avviata un'attività di recupero. Si tratta in realtà di interventi marginali, tentativi di rianimazione di un malato/territorio che ha al momento poche speranze per il futuro. Non si tratta di operazioni strutturali inserite nell'ottica di un progetto di recupero che coinvolge, si badi, non solo l'amministrazione comunale, ma anche la popolazione, attore non secondario per lo sviluppo locale, anche se spesso inconsapevole e disinteressato. Pensando al termine Boccheria viene immediatamente in mente il paragone con il più grande mercato popolare catalano: la *Boqueria* di Barcellona. Qui i commercianti hanno costituito un'associazione il cui statuto ha come obiettivo la promozione e la valorizzazione del mercato stesso e, per favorire la conoscenza da parte dei turisti, non hanno avuto remore nel realizzare un sito web multilingue (www.boqueria.info). E invece i commercianti della Vucciria rappresentano "una piccola collettività di ostinati custodi di ruderi, di Vladimiri ed Estragoni invecchiati che attendono chissà quale Godot giocando a carte in un bugigattolo" (Benfante, 2009, p. 18). "I volti dei venditori sono cupi e disillusi. Nessuno di loro abbannia. Le poche bancarelle presenti sono sparpagliate in modo confuso e la merce esposta non ha alcun richiamo. Ad attrarre l'attenzione sono gli edifici distrutti e i clochard che siedono per terra, accanto alle saracinesche chiuse di quelle che un tempo erano le pittoresche botteghe" (Cucinella, 2009, p. 12). Le ultime due citazioni sono tratte da recenti articoli di quotidiano dedicati all'agonia della Vucciria, una "realtà ormai in frammenti, [...] rimasta incastrata [...] dentro i ritmi di un contesto in rapida trasformazione" (Sorgi, 2008, p. 195).

Già nel 1984 i quotidiani non si esprimevano diversamente: "i vuoti tra una bancarella e l'altra sono ormai evidentissimi. Fino a pochi anni fa non c'era invece nemmeno un centimetro per posare le cassette di pesce e frutta. Viene fuori così l'immagine che i colori e la gran folla della Vucciria erano riusciti per quarant'anni a nascondere, a far passare in secondo piano, facendola quasi accettare. Riemergono con violenza i tremendi squarci del centro storico, con le case ed i vecchi palazzi ancora feriti dalla guerra, con i ricordi ben visibili degli incessanti bombardamenti. Case abbandonate, palazzi semivuoti, decadenti ricordi di una

nobiltà che ha preferito col tempo trasferire altrove interessi e dimore, cercando di cancellare un passato che riesce a sopravvivere solo nei libri di storia" (Cerasa, 1984, p. 17).

Conclusioni

Forse dovremmo semplicemente accettare il cambiamento, cioè la scomparsa del mercato, in quanto questa è legata a processi naturali e a cambiamenti forti nella struttura urbana. Nostalgia alla Vucciria ce n'è tanta. I vecchi commercianti e i fruitori più anziani ricordano com'era nei decenni passati. La Vucciria era una città dentro Palermo, un universo a sé.

D'altra parte la città è davvero una sovrapposizione di nostalgie leggibili ovunque: nei monumenti e negli edifici che non ci sono più, nei mestieri non più praticati, nelle insegne storiche sostituite. Entra in crisi o cambia il ruolo di agente identitario svolto dal mercato nei confronti sia del contesto urbano, sia della storia della popolazione.

Considerato che è nondimeno doveroso impegnarsi per la salvaguardia della memoria di un patrimonio culturale così effimero⁸, risultano condivisibili le parole di Bufalino: "Ci si stupisce che gli altri invecchino insieme a noi; gli altri e le cose tutte. Ma non sarebbe meglio se su quest'ardesia ch'è la nostra mente, e su cui il calendario lavora di raspa e di lima, lasciandoci, sentinelle incatenate, a guardare una sponda di nebbie e di spettri; non sarebbe più giusto se su questo palinsesto, su questo intonaco troppo scritto, una mano cancellasse in una volta sola sembianze felici e malecopie corrotte?" (Bufalino, 1982, pp. 85-86).

Bibliografia

- Augé M. (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Seuil, Parigi.
- Benfante M. (2009), "Il piccolo mondo di un mercato in agonia", in *La Repubblica*-edizione di Palermo del 30 marzo, pp. 1 e 18.
- Blandi G. (1998), *Palermo. Storia dello sviluppo urbanistico della città dalle origini all'età contemporanea*, Axon, Palermo.
- Bonanzinga S. (2007), "Il teatro dell'abbondanza. Pratiche di ostensione nei mercati siciliani", in Sorgi O. (a cura di), *Mercati storici siciliani*, Regione Siciliana, Assessorato dei beni culturali, ambientali e della pubblica istruzione, Palermo, pp. 85-118.
- Bufalino G. (1982), *Museo d'ombre*, Sellerio, Palermo.
- Camilleri A. (2008), *La Vucciria*, Skira, Milano.
- Carollo F. (1983), *Vucciria: complicità intellettuale sotto un cielo arabo*, ILA Palma, Palermo.



- Cerasa G. (1984), "Scompare la Vucciria. Agonia lenta e triste di un antico mercato", in *La Repubblica*-edizione di Palermo del 9 giugno, p. 17.
- Chiesi G. (1892), *La Sicilia illustrata, nella storia, nell'arte, nei paesi*, Sonzogno, Milano.
- Chirco A. (2005), *Palermo la città ritrovata. Itinerari entro le mura*, Flaccovio, Palermo.
- Cirelli C. (a cura di) (2007), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Pàtron, Bologna.
- Cirelli C., Faia M.A. (1999), "I mercati di Catania nella nuova realtà urbana: un difficile adeguamento", in *Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Catania*, XLV, pp. 525-570.
- Cirelli C., Mercatanti L., Porto C.M., Nicosia E. (2006), "Le politiche territoriali dei nuovi spazi del consumo", in Schillaci C.E., Cirelli C., Pogliese A. (a cura di), *Territorio & Nuovi modelli di consumo*, FrancoAngeli, Milano, pp. 63-113.
- Civita Servizi (a cura di) (2008), *Palermo. I tesori del quartiere della Loggia. Itinerari per un museo diffuso*, SilvanaEditoriale, Milano.
- Cucinella V. (2009), "Facciamo rinascere questo mercato", in *La Repubblica*-edizione di Palermo del 20 marzo, p. 12.
- Cusimano G. (a cura di) (1986), *Commercianti e acquirenti: spazio e comportamento nel centro storico di Palermo*, S.T.A.S.S., Palermo.
- Cusimano G. (2008), "Mercato di ricordi", in Cirelli C. (a cura di), *Città e commercio*, Atti del Convegno internazionale di Studi "Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana" (Catania, 25 e 26 ottobre 2007), Pàtron, Bologna, pp. 159-161.
- Fabris G. (2003), *Il nuovo consumatore: verso il post moderno*, FrancoAngeli, Milano.
- Franchetti L. (2000), *Condizioni politiche e amministrative della Sicilia*, Donzelli, Roma.
- Giarrizzo G. (1965), "Domenico Caracciolo", in Giarrizzo G., Torcellan G., Venturi F. (a cura di), *Illuministi Italiani*, tomo VII, Ricciardi, Milano-Napoli, pp. 1021-1037.
- Ginzburg L. (2001), *Mercati*, Editori Riuniti, Roma.
- Grillo M. (2004), "Modelli economici e modelli sociali nella Sicilia delle riforme", in *Studi in ricordo di Nino Recupero*, Rubbettino, Soveria Mannelli, pp. 37-62.
- Guarrasi V. (1978), *La condizione marginale*, Sellerio, Palermo.
- Lloyd R., Clark T.N. (2004), "The city as an entertainment machine", in Gotham H.F. (ed.), *Critical perspectives on urban redevelopment*, Research in Urban Policy, vol. 9, Elsevier, Amsterdam, pp. 357-378.
- Lozato-Giotart J.P. (2006), "Finalità turistica e finalità territoriale o la difficile coesistenza della tradizione e della modernità", in Cusimano G. (a cura di), *Luoghi e turismo culturale*, Pàtron, Bologna, pp. 13-25.
- Mercatanti L. (2007), "Il commercio etnico", in Cirelli C. (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Pàtron, Bologna, pp. 223-229.
- Mulè G., Di Liberto A. (a cura di) (2009), *Palermo tra i numeri*, Osservatorio interistituzionale sulla condizione sociale della città, Social Books, Palermo. In www.osservatoriopalermo.it
- Napoli I. (2008), "Nasce un consorzio, la Vucciria ci riprova", in *La Repubblica*-edizione di Palermo del 19 novembre, p. 10.
- Rizzo C. (2006), "Lanterne rosse: la presenza cinese a Catania", in Campione G., Farinelli F., Santoro Lezzi C. (a cura di), *Scritti per Alberto Di Blasi*, vol. II, Pàtron, Bologna, pp. 1349-1359.
- Rizzo L. (2003), "Trittico di luoghi siciliani", in Cusimano G. (a cura di), *Scritture di paesaggio*, Pàtron, Bologna, pp. 243-253.
- Schneider P.T., Schneider J.C. (2003), *Reversible destiny: mafia, antimafia, and the struggle for Palermo*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
- Schillaci C.E., Romano M. (2006), "Imprese commerciali e sviluppo del territorio", in Schillaci C.E., Cirelli C., Pogliese A. (a cura di), *Territorio & Nuovi modelli di consumo*, FrancoAngeli, Milano, pp. 13-60.
- Sciaccia L. (1966), *Il consiglio d'Egitto*, Einaudi, Torino.
- Sorgi O. (a cura di) (2007), *Mercati storici siciliani*, Regione Siciliana, Assessorato dei beni culturali, ambientali e della pubblica istruzione, Palermo.
- Sorgi O. (2008), "Mercati storici siciliani. Passato e presente, tradizione e modernità", in Cirelli C. (a cura di), *Città e commercio*, Atti del Convegno internazionale di Studi "Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana" (Catania, 25 e 26 ottobre 2007), Pàtron, Bologna, pp. 193-205.
- Stella E. (2008), "Zen, ovvero la città a pezzi. Problemi di integrazione nella periferia", in Badami A., Picone M., Schilleci F. (a cura di), *Città nell'emergenza*, Palumbo, Palermo, pp. 279-291.

Note

¹ Sull'arte dell'allestimento espositivo della merce in vendita nei mercati siciliani si legga il contributo di Sergio Bonanzinga (2007, pp. 85-118).

² Molto probabilmente il suo nome deriva dal francese *boucherie*, che significa 'macelleria'. Questa un tempo era detta "beccheria" perché vi si macellavano e vendevano le carni del becco, il maschio della capra. 'Boucherie' successivamente si trasforma per assonanza in 'Bocceria', 'Bucceria', 'Ucciria', 'Vocceria' e infine in 'Vucciria' (Chiesi, 1892, p. 547). Nel IV tomo del *Vocabolario siciliano etimologico, italiano e latino* dell'Abate Michele Pasqualino pubblicato dalla Reale Stamperia di Palermo nel 1790 si legge: "Vucciria: luogo dove s'uccidono le bestie, e vendesi la lor carne per mangiare [...]. Vucciria si dice anche quel luogo ove si vende qualunque cosa da camangiare" (p. 365). Oggi il termine è utilizzato a Palermo come sinonimo di 'confusione' e non una confusione qualsiasi, come precisa Leonardo Sciaccia, bensì una "confusione da *vucciria*, un arraffa arraffa, un bordello" (Sciaccia, 1966, p. 111).

³ Tuttavia solo nel 2008 a Palermo sono stati sequestrati 6.047 Kg di prodotti ortofrutticoli (Fonte: Nucleo controllo ambulante e mercati della Polizia Municipale di Palermo). Ciò pone la questione di quanto sia importante un controllo sulle merci e sull'abusivismo commerciale al fine di reprimere non solo l'illecita attività di vendita al dettaglio nelle aree pubbliche, ma anche la speculazione commerciale delle postazioni assegnate ai venditori ambulanti (stalli) all'interno dei mercati rionali, illecitamente cedute a non aventi diritto.

⁴ Alcuni riutilizzano il vecchio concetto di *turismo commerciale*, ma si tratta più opportunamente un "inedito" *turismo dei centri commerciali*.

⁵ Secondo i dati forniti dal SISPI (Sistema Palermo Informatica S.p.A.) la popolazione residente nel solo quartiere La Loggia è passata dai 3116 abitanti del 1999 ai 3084 del 2004. Oggi (2009) se ne contano 2960.

⁷ Ci si riferisce in primis al PIC Urban I (1994-1999) che proprio nelle caratteristiche del Centro Storico di Palermo (declino demografico, degrado ambientale, povertà ed esclusione sociale, elevato tasso di disoccupazione, scarsa attività economica) trovava perfettamente identificata una delle "zone ammissibili" da rigenerare.

⁸ Ai dati censuari deve essere sottratto il numero cospicuo di



individui che mantengono nell'area solo la residenza ufficiale ed è necessario aggiungere il numero di immigrati clandestini, anch'esso rilevante.

⁹ In effetti il *Centro Regionale per il Catalogo e la Documentazione dei Beni Culturali* della Regione Siciliana si occupa di racco-

gliere e organizzare in un archivio multimediale la documentazione audiovisiva, sonora e fotografica relativa ai mercati, al fine di "restituire alla pubblica fruizione la conoscenza dei mercati in tutta la loro complessità espressiva" (Sorgi, 2008, p. 193).

