

Paesaggi urbani in trasformazione: nuova cultura e valori nelle città del ventunesimo secolo

In questo primo scorcio di secolo si va delineando un quadro complesso e assai articolato di scenari possibili nell'organizzazione urbana.

Le città sono ancora i luoghi strategici del cambiamento e l'ambito in cui si intessono le trame del sistema economico, tuttavia, esse, nate come istituzione prima della socializzazione e fulcro della convivenza umana, stanno progressivamente perdendo alcuni elementi di definizione e soprattutto la loro carica di luogo immaginario e simbolico. Nello stesso tempo mostrano una impellente necessità di riqualificazione per adattarsi ai cambiamenti che scaturiscono da una società fortemente differenziata e da un'economia in continua e accelerata trasformazione.

Infatti, il passaggio dal modello di produzione fordista a quello postfordista ha sradicato il tradizionale sistema economico dalla sua localizzazione territoriale e ne ha tolto, di conseguenza, una sua precisa identificazione. Da ciò deriva la nascita di nuovi contesti urbani, moderni e post-moderni nei quali la funzionalizzazione non ha più punti centrali di riferimento, essendosi annullato lo spazio fisico per la "rete" delle interconnessioni informatiche.

L'introduzione e il rapido sviluppo dell'informatica, che ha già trasformato numerosi aspetti della vita quotidiana e della struttura economica urbana, potrà essere considerata in un prossimo futuro come lo spartiacque del nuovo sviluppo urbano alla fine del ventesimo secolo.

La "digital generation" sta prepotentemente modificando la rete delle interconnessioni sociali e culturali e porterà inevitabilmente a rimodellare il paesaggio della società del ventunesimo secolo.

Accanto alla *net economy*, che sembrerebbe avere fatto perdere centralità al concetto di territorio, proprio perché lo spazio virtuale, per definizione, non ha né confini né limiti, si è ormai affiancata la *web city*, una nuova entità aggregativa che pare staccarsi dal suo contesto geografico e localizzativo, acquisendo valore in conseguenza della sua posizione globale piuttosto che in riferimento allo sfruttamento fisico di particolari assetti locali.

Infatti, da quando i mercati sono in rete, il meccanismo di accumulazione del capitale è indifferente alla localizzazione del suo luogo fisico ed è allora che il tessuto urbano si deve adattare al cambiamento provocato da una diversa organizzazione produttiva.

Le città, in questo inizio di millennio, si presentano molto articolate nello spazio e tendono a trasformarsi, piuttosto che continuare ad espandersi. In esse la popolazione residente è meno numerosa, ma tuttavia esse richiamano quotidianamente un numero crescente di utilizzatori esterni, che richiedono servizi, infrastrutture e intrattenimenti sempre maggiori, i cui costi finiscono per ricadere sui residenti. Governate da un'economia sempre più immateriale, basata sul quaternario e sull'alta tecnologia, sono anche abitate da una popolazione che sta diventando più colta, più ricca e più esigente, con un tasso di invecchiamento crescente, ma con complessi problemi di sostenibilità ambientale, di interculturalità e di accoglienza degli stranieri, nonché con crescenti differenze sociali al loro interno.

Esse sono chiamate a competere sul piano internazionale; conquistano posizioni nella rete of-



frendo nuove attività specializzate e innovative, strutture di qualità adeguate ed una immagine vincente, diffusa attraverso performance di marketing territoriale in grado di attirare l'attenzione di nuovi investitori e, di conseguenza, di finanziamenti. Queste funzioni di comando e di direzione, legate alla globalizzazione dei mercati e delle economie, generano a loro volta una serie crescente di attività di servizio, più o meno routinarie, che producono posti di lavoro e richiamano popolazione, dando origine a flussi crescenti di immigrazione e innescando quelle modificazioni economico-sociali che, come abbiamo già detto, portano inevitabilmente ad una diversa organizzazione della città. Nei nostri centri urbani, infatti, convivono in modo sempre più massiccio nuove comunità, caratterizzate dai più diversi e articolati stili di vita, che si sforzano di ritrovare nella molteplicità dei modi di insediamento l'espressione della propria identità culturale e sociale.

Il risultato è che gli attuali paesaggi urbani, proiettati in questa fase di transizione, sono un coacervo di spazi compositi dove ordine e disordine sono spesso ancora mescolati, dove passato e presente convivono, dove anche gli stili architettonici si mescolano, dando luogo ad una pluralità di città al tempo stesso rinascimentali, neoclassiche, razionaliste, tecnologiche e post-moderne.

Le città, per crescere in modo armonioso e corretto, non devono solo essere messe nella condizione di competere nel più ampio scenario della globalizzazione, ma devono altresì consentire ai propri abitanti di ritrovare nelle strutture insediative tutti quegli elementi indispensabili per il loro mantenimento fisico ed economico ed anche quel complesso di fattori attraverso i quali si determina una specifica identità del sito.

I centri urbani di oggi non sono ancora pronti ad assolvere alle nuove funzioni e devono essere necessariamente rinnovati e adattati al cambiamento.

Il miglioramento anche estetico di un ambiente urbano, una organizzazione ordinata dello spazio costruito, un efficace sistema del verde e della mobilità, sono strumenti attraverso i quali si crea indubbiamente un valore aggiunto alla città. Tuttavia, la semplice sostituzione o la nuova edificazione di parti di città, ottenuta attraverso il recupero di aree dismesse, di strutture obsolete, di spazi degradati, non può e non deve essere la sola strada da percorrere. Non dobbiamo dimenticare che le città sono ambienti estremamente eterogenei e la loro vitalità dipende fortemente dal livello di armonia sociale esistente tra le diverse comunità.

Poiché le trasformazioni in genere non avvengono in modo neutrale rispetto agli interessi di tutta la collettività urbana, se gli interventi non sono corretti si corre il rischio di innescare processi di deterioramento nelle dinamiche sociali, che potrebbero a loro volta causare effetti negativi sul piano economico e sulla attrattività stessa della città.

Anche la ripetizione pedissequa di interventi architettonici riusciti in alcuni centri e realizzati in copia in ambienti completamente diversi, potrebbe essere una strada non corretta da seguire e potrebbe dare esito negativo, soprattutto in termini di utilizzazione e riconoscibilità da parte della popolazione, che è la principale destinataria di ogni iniziativa e deve appropriarsi dei nuovi spazi, identificandoli e facendoli diventare parte integrante della propria vita.

Da questo punto di vista la città contemporanea è ancora in cerca di una nuova definizione ed è tuttora ricca di contraddizioni. Gli stessi valori urbani cambiano insieme alle esigenze economico-sociali e sono fortemente influenzati dalla moda e dai media che ricercano in essi "nuovi prodotti" e nuovi mercati per incrementare il proprio business.

Sempre più di frequente architetti di fama internazionale sono chiamati a progettare edifici innovativi o a ristrutturare palazzi storici dove collocare nuove tipologie di negozi che hanno l'apparenza e la funzionalità di teatri o di gallerie d'arte, trasformandoli da semplici luoghi di vendita in occasioni di attrazione e spazi per eventi particolari, segnando una precisa strategia di marketing e di immagine.

Questo fenomeno, che si sta intensificando negli ultimi anni, sta facendo lievitare i prezzi dei fabbricati nelle vie dello shopping delle città più importanti, provocando un indotto economico di tutto rilievo, non solo direttamente collegato al mercato immobiliare di alcune aree urbane, in genere dismesse o poco appetibili, ma innescando nuovi flussi di persone che si riversano nelle "cittadelle della moda" o visitano le città che possono vantare queste nuove strutture.

Di conseguenza, mentre i valori fondiari in alcune strade delle più importanti città, lievitano verso l'alto, l'antico cuore delle città, ricco di caffè, di ristoranti e dei tradizionali dettaglianti, comincia ad impallidire e a spegnersi progressivamente. Infatti, l'attività commerciale non supportata dal terziario dell'ospitalità, della ristorazione o dalle residenze, innescando la desertificazione del centro delle città dopo l'orario di chiusura dei negozi. Le luci delle vetrine ad una certa ora della

notte si spengono, quasi nessuno più vi abita, gli intrattenimenti vengono spostati sempre più verso le periferie, là dove si possono costruire grandi parcheggi per le multisale cinematografiche.

Si sta verificando, anche nei nostri centri urbani, qualche cosa di analogo a ciò che è già successo nei downtown delle metropoli americane che, dopo la chiusura serale di uffici e attività commerciali, erano divenuti deserti e pericolosi. Solo di recente alcune di quelle zone sono state riqualificate e valorizzate con interventi mirati a riportarvi la residenza e alcune attività di servizio e, di conseguenza, la presenza dei cittadini durante tutto l'arco della giornata.

Ormai è sempre più frequente vedere, anche in centri urbani italiani di grandi dimensioni come Milano, una moltitudine di senza casa che, col calare della sera, si trasferisce con i propri averi proprio davanti a quelle vetrine scintillanti, trasformandole in rifugio per passare la notte in luoghi più riparati e protetti dalle intemperie.

La città, dunque, sta diventando un ambiente molto diverso, a volte persino "irreale" o "fantastico", in cui lo shopping si associa allo spettacolo, all'arte, ai musei, dove è possibile incontrarsi e socializzare non più soltanto nei luoghi pubblici classici, quali la strada o la piazza, ma anche all'interno dei centri commerciali, degli spazi aeroportuali, dei parchi a tema e in tutti quegli altri spazi artificiali creati da una società consumista e in continuo movimento.

La popolazione, perciò, alla ricerca di un nuovo sistema relazionale all'interno di città configurate in modo così diverso dal passato, cerca di identificarsi in questi luoghi e li elegge a spazi per l'intrattenimento facendoli diventare i nuovi riferimenti culturali, anche se spesso più effimeri là dove la socializzazione si esaurisce nel sentirsi parte di un gruppo che partecipa alle stesse manifestazioni collettive.

Nuovi "nomadi" girano per il mondo seguendo i flussi legati alle grandi manifestazioni artistiche e culturali che si svolgono nelle città: dalle mostre ai

concerti, dalle esposizioni internazionali ai congressi scientifici, sviluppando un giro di affari con cifre da capogiro, e sono il sintomo più evidente del cambiamento culturale iniziato nell'ultimo scorcio del ventesimo secolo.

Le città, come pure i loro edifici, perciò, tornano ad essere anche scenario per la spettacolarità, luoghi per suscitare emozioni in chi li vive o in chi li visita. I vecchi contenitori ospitano nuove funzioni e i nuovi contenitori non esprimono, con la loro forma esteriore, la destinazione d'uso. Si sta, dunque, concretizzando nei centri urbani una diversa trama organizzativa, un percorso articolato ed estremamente dinamico del cambiamento che tende a disegnare una nuova mappa funzionale ed estetica della città, la cui riconoscibilità, nel senso classico del termine, diventa assai più complessa.

In conclusione, possiamo affermare che la città, nonostante tutti i nuovi e vecchi problemi, nonostante le tensioni al suo interno e i diversi modi di vita e di organizzazione economico-sociale, svolge ancora oggi il ruolo di luogo "speciale", non solo per la sua riconosciuta stratificazione storica, o per il semplice fatto che più facilmente tutti possono godere di cose o di avvenimenti un tempo riservati a pochi, ma soprattutto perché la sua immagine è ormai universalmente conosciuta tramite la tecnologia dell'informazione e della globalizzazione.

Anche l'architettura è ormai diventata una espressione culturale di massa: se ne parla e se ne discute non solo nelle riviste specializzate, ma spesso in molti periodici di grande diffusione. Ormai non ci stupisce più vedere spot pubblicitari che mostrano una modella di fama internazionale mentre si arrampica sulla torre dell'esposizione di Seattle o che volteggia con lo skate sul tetto del Guggenheim Museum di Bilbao, per il lancio di un nuovo telefono cellulare, ammiccando a nuovi spazi di città e a nuove forme di vita urbana che, prescindendo dalle effettive riconoscibilità del luogo, rappresentano comunque valori e ambienti nei quali ci si vuole identificare.

