



## L'intervista

# Lucia Tozzi e le politiche urbane: Napoli, che errore imitare Milano

di **Mirella Armiero**  
a pagina 7

# «Napoli, che errore imitare il modello Milano»

di **Mirella Armiero**

**L**ucia Tozzi, attenta studiosa di politiche urbane, è napoletana ma vive a Milano da tempo e alla sua città d'adozione dedica un pamphlet che sta accendendo gli animi di intellettuali e addetti ai lavori. *L'invenzione di Milano*, edito da Cronopio, è un lucidissimo atto di accusa verso il «culto della comunicazione» che connota l'ultimo decennio di vita del capoluogo lombardo.

Milano si è voluta attribuire il volto seducente di metropoli internazionale e attrattiva, innestandolo sul mito dell'operosità. Con una campagna di marketing imponente e partecipata, tenta di «entrare nel club delle città più sexy del mondo». Ma dietro il modello propagandato c'è ben poco di concreto, anzi mai come ora «le disuguaglianze aumentano, la giustizia educativa langue, i servizi vengono privatizzati e l'aria è pessima». Un quadro, questo disegnato da Lucia Tozzi, che ha fatto arrabbiare molti.

**Si aspettava una discussione così polemica a partire dal libro? Ha scopercchiato un pentolone?**

«La discussione precede il mio libro, sono parecchi anni che gli abitanti di Milano si sono accorti che il Modello produce una ricchezza sempre più concentrata in pochissime mani, mentre espelle i più fragili e oramai anche i meno fragili. A differenza che negli anni 80 - la Milano da bere - i giovani, i creativi, i pubblicitari, gli architetti sono una classe precarissima e malpagata, che consuma i patrimoni di famiglia, mentre la cosiddetta popolazione invisibile, quella dei riders, della logistica, dei servizi è devastata dall'erosione del welfare. E, come si ripete ormai ossessivamente, la crisi abitativa è feroce, come a Londra o a New York o a Lisbona. Di per sé, quindi, la pentola era già



in piena ebollizione. Il libro forse risulta più aggressivo perché l'analisi non è una denuncia generica dell'ideologia neoliberale, ma individua precisi canali, persone, istituzioni attraverso cui questo sistema condiziona i comportamenti e si riproduce in modo diffuso e violento: paradossalmente non solo per la pressione del «blocco edilizio», ma anche grazie all'azione di fondazioni culturali, bancarie, di un certo associazionismo, di quelli che Luca Rastello chiamerebbe ironicamente «i buoni» e Nicoletta Dentico definisce filantropocapitalisti».

**Quali sono gli aspetti peggiori del modello Milano? Si potrebbe ancora tornare indietro?**

«Il dominio della comunicazione e del marketing in funzione dell'attrattività, che permea ogni momento della vita urbana svuotandola di consistenza, è più forte che altrove. Grande parte della socialità, anche quella più teoricamente underground, si è ormai trasformata in un no-

## Lucia Tozzi firma un denso saggio in cui denuncia le politiche urbane della capitale lombarda. E avverte: «La nuova giunta partenopea è orientata nella stessa direzione»

so esercizio di pubbliche relazioni, così come la fruizione e la produzione culturale, il lavoro sociale, persino l'educazione. Il quotidiano è un vago tra didascaliche esposizioni di progetti di cui è difficile leggere il senso. Si costruiscono case e uffici che non servono a essere abitati o usati ma a comunicare nei circuiti finanziari. La proprietà dei suoli, dei palazzi e degli spazi pubblici, invece, si accumula materialmente nelle mani di grandi società, molte straniere, che interferiscono in maniera sempre più pesante con la possibilità di governare politicamente la città, nell'intere-

resse dei cittadini. Ed è questo l'elemento che rende più difficile tornare indietro. Non impossibile però».

**Napoli quanto si sta avvicinando (e in cosa) al modello Milano?**

«La nuova giunta appare largamente orientata a riprodurre nel merito e nel metodo le dinamiche della valorizzazione della rendita. Come raccontano Anna Fava e Alessandra Caputi in «Privati di Napoli» anche qua si cerca di estrarre ricchezza dai beni culturali, dai beni comuni, persino dalle spiagge e dagli spazi pubblici di cui la popolazione ha enormemente bi-

Sopra,  
lo skyline  
di Milano

sogno. Anche a Napoli la giunta si vuole disfare degli ultimi residui di regole urbanistiche a tutela dell'interesse pubblico modificando il piano regolatore, ma non per renderlo, per esempio, più ostile al turismo e creare nuove forme di economia produttiva, come sarebbe logico alla luce dei danni prodotti da Airbnb e foodification, bensì per omologarsi all'ormai vetusto modello blairiano dell'urbanistica contrattata e della partnership pubblico-privato. Che alla fine non è altro che un passaggio generalizzato dal pubblico al privato, una privatizzazione totale».

**A Napoli non ci sono nemmeno pratiche di «copertura» come il greenwashing... stiamo prendendo, mi sembra, solo il peggio, è così?**

«Bah, ma quale sarebbe il meglio? Il fatto che i trasporti pubblici o le scuole appaiano ancora efficienti? (di certo non la sanità). Ma quelli non sono risultati del modello, al contrario sono residui di welfare a cui noi ci aggrappiamo prima che ce li tolgano del tutto: tram e metro tagliano corse, piscine biblioteche e centri sportivi pubblici vengono prima lasciati decadere e poi trasformati in spa e spazi eventi privati, i parchi dati in concessione al developer immobiliare».

**Aveva già scritto «contro il panorama». Ma oggi panorama e cartolina a Napoli si impongono nuovamente, con forza, come elementi identitari, di richiamo per il nuovo turismo di massa... Napoli è, come si dice, un brand che tira e «falsifica» in qualche modo la città.**

«Come è sempre stata, solo che ora è di nuovo un momento di successo, il brand va forte grazie alle nuove declinazioni del pittoresco: i video alla gommorra, lo sguardo sorrentinesco, i murali e i gadget del Napoli. Certo è più facile brandizzare Napoli rispetto a Milano: ce ne vuole per fare eccitare qualcuno a forza di No.Lo. o Lambrooklyn o Babbo Natale che mangia il panettone. Ma proprio per questo sarebbe veramente importante buttare a mare l'intero repertorio, antico e moderno, e opacizzare l'immagine della città. Per dedicarsi finalmente alla politica».



**Il libro**



● Si intitola «L'invenzione di Milano. Culto della comunicazione e politiche urbane» il libro di Lucia Tozzi edito da Cronopio.

● Un saggio di autrice napoletana per un editore napoletano che ha aperto un acceso dibattito sul capoluogo lombardo.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

019929