

SAGGISTICA

Un saggio dell'urbanista Lucia Tozzi fornisce un'analisi a tratti spietata delle politiche di rilancio che hanno coinvolto la metropoli negli ultimi decenni. Tanti lustrini ma forse poca sostanza.

La nuova Milano guarda al futuro o è solo fiction?

RICCARDO DE BENEDETTI

L'unica cosa che manca al libro di Lucia Tozzi è un indice dei nomi. In duecentosette pagine questa giovane studiosa delle politiche urbane ci consegna un rendiconto preciso e aggiornatissimo dei soggetti che nel corso di qualche decennio hanno costruito la Milano pre-Covid e si apprestano a rilanciarla. Sempre se siamo d'accordo su cosa significhi rilancio, il che non solo non è scontato ma, per più di un verso, è diventato un desiderio che si autoavvera dichiarandosi tale. Subito dal titolo, *L'invenzione di Milano. Culto della comunicazione e politiche urbane*, si intravede un giudizio sulla natura del rilancio: invenzione. Siamo in una fiction? Anche. C'è molta realtà, però, non sempre visibile. Il viaggio dell'autrice è nel ventre lucido e splendente dei nuovi grattacieli, della presunta nuova urbanizzazione, sostenibile e inclusiva, green. Corre e si approssima a certe opzioni "teoriche" dell'amministrazione comunale, come quelle dell'assessore che auspica una metropoli per residenti temporanei, il meglio della miglior classe affluente a zonzo per i continenti, cosmopolita e inclusiva un tanto... a volte tantissimo... al metro quadro.

Dopo aver letto il libro, davvero documentato quanto a nomi, società, investitori, soggetti imprenditoriali, terzi settori in odore di socialità avanzate e amministrazione, verrebbe da chiedersi perché abbia usato nel titolo

lo "invenzione" e non invece *three-card monte*, la versione inglese del gioco delle tre tavolette. Si vince, in una giostra, voluta, di anglicismi che l'impegno maggiore delle classi dirigenti milanesi sia in realtà rivolto alla più francese delle operazioni: *épater le bourgeois*.

Lucia Tozzi non si limita, però, a ricostruire la dimensione affaristica delle mirabolanti imprese delle archistar, tra torri storte e luci per evitare gli impatti aerei, ne dà anche una valutazione sociopolitica. Spiega come questo super attivismo, pieno di effetti controfattuali, lasci sostanzialmente le cose come stanno, quando non le peggiori, aumentando le disuguaglianze, lasciando i quartieri periferici così come stavano, con il moltiplicarsi delle occasioni di sfruttamento, abbandoando i residenti con mille iniziative e mille occasioni di svago e intrattenimento che corrompono nell'intimo la possibilità di costruirsi un futuro basato su una partecipazione reale ai processi decisionali. La forma della città, con il modello Milano, non vedrà mai la mano della cittadinanza disegnare i propri bisogni, le proprie necessità soddisfatte in processi trasparenti e partecipati.

Non è un *pamphlet*, come potrebbe essere facilmente letto. È una *randonné*, un'escursione nel peggio del meglio di Milano, che può non piacere. Anzi, riesce proprio a non piacere in quanto Milano è stata disegnata negli ultimi decenni come la città che piace alle persone che piacciono. E

questa è una cattiva operazione per coloro che puzzano, che hanno l'altito pesante e il portafoglio vuoto. E a Milano sono tanti.

In realtà in gioco vi è il senso stesso della metropoli come forma di vita. È il modernismo, assunto come base anche dell'ipotesi marxiana di rivoluzione, a promuovere la città come luogo eletto della potenziale soddisfazione dei bisogni universali. Non è così. La ricerca di un incessante sviluppo, come si esprime Marshall Berman in *L'esperienza della modernità*, «è destinata a produrre gravi conflitti a livello umano». Ecco: quello che sta sperimentando Milano sulla propria pelle, e sulla pelle di coloro che ne vengono abbagliati, è proprio quell'aggravarsi.

Qua e là l'autrice attribuisce a Milano uno spirito in ultima analisi provinciale. Vero solo in parte. Milano è una città per provinciali, più che essere provinciale. Ma se il suo cuore di tenebra è così ben visibile anche agli occhi di chi ne ha affrontato le contraddizioni solo da dieci anni, come Lucia Tozzi, è perché c'è una Milano che oltre che affollare i campi in fondo di viale Certosa, al Cimitero Maggiore, e ivi residente, resiste sottraendosi al "culto della comunicazione".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

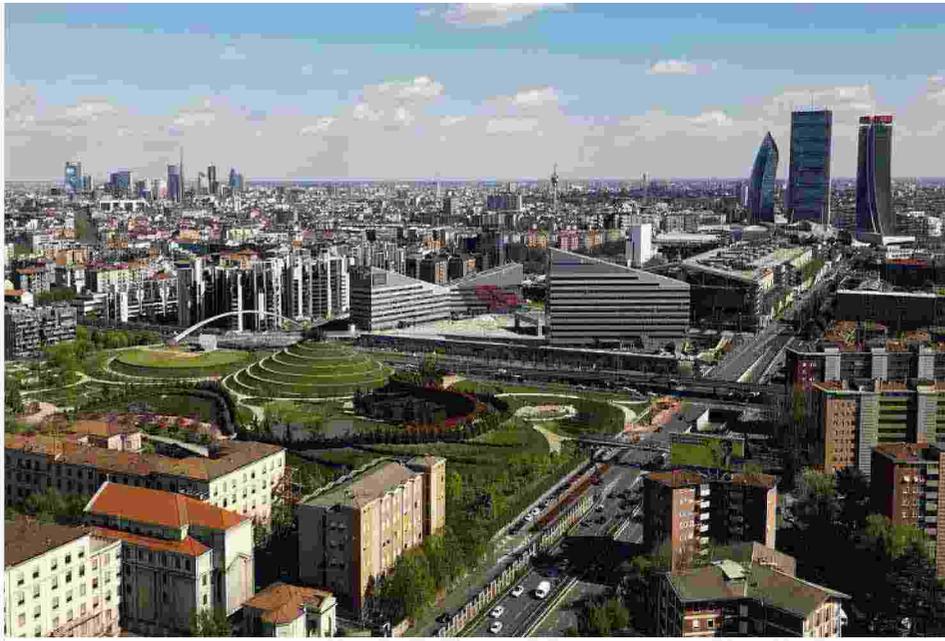
Lucia Tozzi

L'invenzione di Milano
Culto della comunicazione
e politiche urbane

Cronopio. Pagine 207. Euro 15,00

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

019929



Portello Citylife vista dalla montagnetta di San Siro / Rich-IPA-agency.net

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



019929