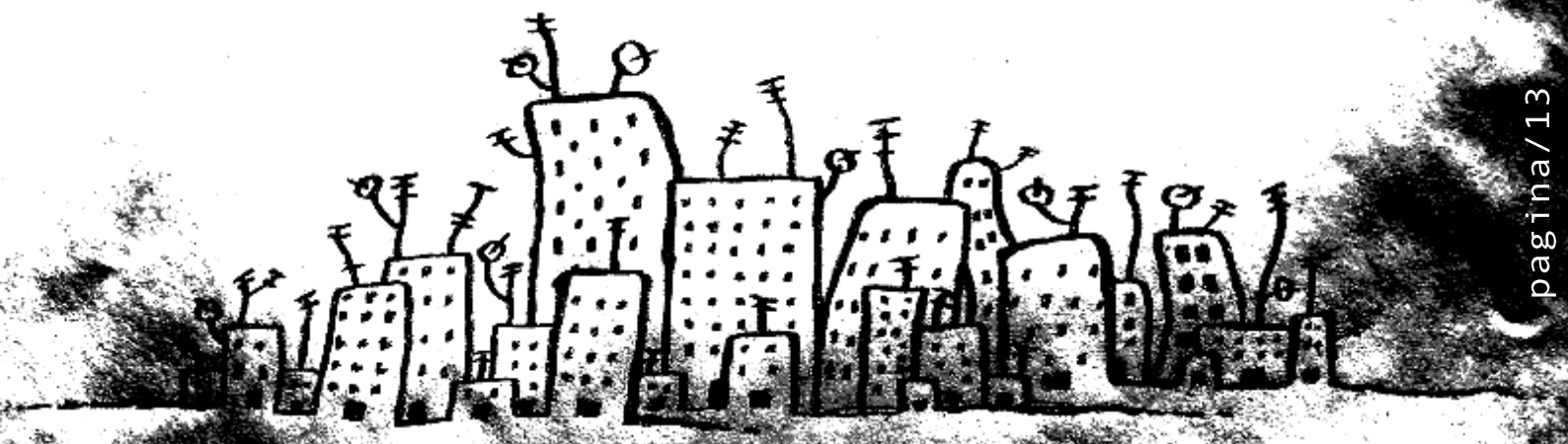




Foglio di scrittura studentesca - <http://pagina3dici.blogspot.com> - pagina13@email.it
Anno IV - N.1 - 12 Ottobre 2011 - Con il contributo dell'Università degli studi di Verona

PERDERSI IN CITTÀ

Le città sono ormai nient'altro che meri contenitori delle nostre vite. In esse noi cresciamo, ci nutriamo...ma ai giorni d'oggi non le viviamo più. Ormai usciamo di casa spinti solo per soddisfare delle necessità alle quali non possiamo appagare rinchiusi tra le mura domestiche. Per raggiungere il nostro scopo poi tracciamo mentalmente una linea, la più corta possibile, che dal punto A ci conduca al punto B, casa-lavoro, casa-università, casa-bar, casa-supermercato...

Andata e ritorno, il più velocemente possibile, senza stare a curarsi del paesaggio o delle persone che incrociamo e passiamo lungo il percorso, mai sia fermarsi e perdere tempo osservando ciò che ci circonda. Con questo modo di agire, quanto possiamo dire realmente di conoscere la città che abitiamo, quanto possiamo dire realmente di vivere la nostra città? Lo stesso Walter Benjamin in Immagini di città, riconosce l'importanza di

smarrirsi in una città, smarrirsi come in una foresta. Trovando così luoghi e vie inesplorate in grado di regalarci emozioni mai provate prima emozioni provate grazie alla scoperta di posti svelati a noi dal caso. Perché solo perdendoci in città, guidati dal caso abbandonandoci esclusivamente alle nostre sensazioni che riusciamo ad uscire dai soliti segmenti AB prestabiliti cercando di sovvertire così il sistema capitalistico in cui viviamo oggi. Se la vita frenetica non ci permette di prenderci del tempo per perderci in città, per percorrere i nostri "segmenti", possiamo quantomeno scegliere di non usare auto o mezzi, per quanto possibile, e di andare a piedi. Camminando potremo percorrere sentieri vietati ad altri mezzi e riusciremo così, se pur per poco a riprenderci la città, a viverla veramente, ma dobbiamo deciderlo di farlo realmente, prestando attenzione ad ogni cosa che ci circonda lungo il percorso.

Matte

FEUDI SULLE SCARPATE

Come i grumi di intensità urbana s'accorpano agli spazi del cittadino, così l'esperienza dell'individuo preme il tessuto della lingua dove qualcosa emerge, incontenibilmente. La piazza, il quartiere, la strada che erutta nel paesaggio con gli abitanti che la scintillano, tra costruzioni, angoli, discrepanze, barriere. Curve in seguito a rettilinei costruiscono la prospettiva del circolare e quindi dell'umano.

La sintesi umana della città riguarda un affastellarsi di strutture armate che pendolano da coordinate rialzate, estese, compresse e coperte.

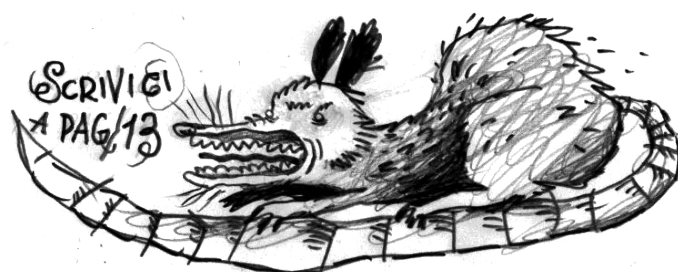
L'erba che cresce nei piazzali, nei parchi e nelle stazioni di transito poco curate rimanda continuamente a ciò che da sempre è costitutivo della città, pur essendone allontanato instancabilmente: la campagna.

E' il dramma della resistenza che il lavoratore della terra oppone all'eterno rifarsi della natura: ciclicamente il gesto identico di seminare, raccogliere, tagliare, ammucciare e disfare. Ogni atto, nello spazio campestre, rimanda al mortale. Si tratta di un ponte portato tra l'uomo e la terra fino al decesso, che solo è l'esperienza fondamentale al di sotto del paesaggio.

E così il cittadino pone il dato di una condizione al limite tra l'ombra campale e l'ordine municipale: quando il mercato si svuota, i venditori ritornano ai paesi per la nuova raccolta, mentre il cimitero che costruiva il margine ultimo della città è scavalcato da ulteriori percorsi. Case ed edifici impastano il perimetro del grande abitato che, nel dilatarsi, riceve scariche via via più intense della popolazione della campagna, e se crolla il contadino, s'impone la boscaglia, fino ai confini ultimi dei davanzali nei corsi.

Pare rimangano quadrati domestici come fortezze circondati dalla violenza delle sterpaglie. Il cittadino rimane impigliato dai reticoli di quello che fu il manovale della terra, che è sepolto laddove era il campo, ed ora discorre un religioso feudalesimo popolato di fantasmi e focolai.

Rughe



LE FAVOLE DI VERONETTA

Personaggio 1: Lo zingaro\ Sagezza

Sabato sera di fine settembre, me ne stavo accucciato ai Preti sorvegliando lentamente del mirto mentre la città invasa da truppe di famiglie per il festival del Tocatì emana il suo orrendo odore di marketing.

Chiuso nel cerchio magico tra i soliti 4 amici ascoltavo indolente i loro discorsi.

- Sono vent'anni che è uscito Nevermind. Lo sapevi?

- No.

Cazzo. Vent'anni.

- sì.- dice un tizio bassino che si avvicina a noi.

- Avete dei soldi?- domanda.

Ci guardiamo l'uno con l'altro. Fingendo di non capire.

- mmm, ma che cazzo sto dicendo? Scusate...e che cazzo ci faccio qui? Avete una sigaretta?-

- ehm, no. - rispondo mentre aspiro una boccata dalla paina che ho tra le dita mentre il tizio tira fuori una sigaretta dalla tasca, come se nulla fosse.

Guardo gli altri per tastarne le impressioni ma non ne ho il tempo. Il tizio riprende:

- a me piace la pornografia. Guarda qua. -

Lì in cerchio, seguiamo con gli occhi la sua mano che estrae dalla tasca dei jeans un accendino.

Accesa la sua sigaretta, si piega lento verso il marmo

del marciapiede e noi con lui, come in un balletto, ci mostra il piccolo ologramma che viene fuori da una lucetta posta sull'accendino.

Strizzo gli occhi. È un tondo, come le icone dei Santi, con un'immagine porno.

Ridacchiamo tra noi, guardandoci. Sorrisi d'approvazione tra maschi.

- eh. Già. Ragazzi. Tu cosa studi?- domanda guardando A.

- filosofia.-

- aaah, guarda mi dispiace che perdi 5 anni all'università a studiare filosofia. Lasciali stare quelli, Aristotele o ...Leopardi. Pippe. Solo pippe. La vera filosofia è qui-

- sentenza mostrandoci nuovamente l'immagine, indicando con l'indice la vagina della donna:

- è tutto qui, tutto chiuso qui dentro.-

Sì. Il centro del mondo, la grande casa, il principio ultimo.

Alzo le braccia al cielo guardando i miei compagni e i loro sorrisi larghi.

- Sì!- esclamo anch'io.

Il tizio sembra non ascoltarmi però. Si guarda intorno, allungando il collo quasi.

tutte queste facce da italiani- dice - mi fanno schifo.

Mio padre è uno zingaro. -

ci guarda negli occhi, lo zingaro, poi va via, con la sua sigaretta e il suo accendino magico.

Kafka's colpa

I LUOGHI DELLA MARCA: CITTÀ E IMMAGINI

"se ami qualcuno portalo a Verona..."

La città è impegnata in una costante produzione di immagini. Sono immagini di sé che ne costruiscono il suo apparire in un certo modo, ponendone in evidenza un'angolazione, un preciso sguardo viene attratto. Oppure immagini che sottolineano le sue diverse proposte: più che uno zoom su un dettaglio, si presentano come immagini totalizzanti della città, un preconfezionamento tendente al migliore dei consumi possibili. O ancora, immagini che ripropongono ciò che essa è già, nell'apparenza o nel "reale", sedimentando così il corpo della città e le sue sfumature.

La città produce immagini e con queste si vende al prossimo. Sono immagini che riguardano una sua certa prospettiva, un mettere a fuoco un dettaglio e



riproporlo totalizzante, in modo che tra questo, le altre immagini e il nome della città si intrecci un rimandarsi l'un l'altro immediato. Immagini che confluiscono nel nome stesso della città, ne producono il peso, l'appetibilità. Verona città romana partecipa alla Verona Romeo e Giulietta, ne prende parte. Così ogni città

sotto il nome di Verona, piuttosto che essere in conflitto con tutte le altre, partecipa alla marca e ne va a delineare alcune curve, a smussare angolature in modo che ogni faccia abbia ancora più sex appeal. Un lavoro di spontanea precisione: nella stessa misura in cui un turista che va in Italia non

può non vedere Roma o Venezia (o una qualsiasi città che compone la marca Italia), una città-marca non può scostarsi troppo da un suo flusso, da una sua inerzia, dal dover rispettare il percorso che essa stessa ha inaugurato. Meglio, non vuole. Tutto quello che ha è la sua inerzia e la sua attitudine a dare precisi ritocchi capaci di mantenerla sul mercato.

La città-marca, dunque: il suo governo non è altro che un grande gioco di marketing in cui la sfida è vendere al meglio il prodotto attraverso un'alchimia di segni, simboli, codici, macchine aleatorie, referenze culturali. Il tutto totalmente liberi dal problema della merce: non esiste il prodotto in realtà, esso si esaurisce nelle 1500 fotine scattate alla Sagrada Familia, nella coppetta di orzata o nella mano sulla tetta di Giulietta. Esiste solo la marca, fluida,

multisfaccettata, serpeggiante, onnipresente, invadente. L'impianto della città non poggia più sulle fondamenta della produzione, ormai tenuta e trattenuta ai margini, ma sulla vendibilità della propria immagine - e dunque, ad esempio, sulla cura e conservazione della città stessa, o chirurgico rinnovo impregnato di tecnologia, arte contemporanea e futuro. Tendenza all'eterna novità, propulsione verso la sempre più vincente convenienza dell'offerta, massiccia occupazione di territorio, euforica messa in posa di sé stessa. Quali forze muovono tutto questo? Che vita si sta producendo nelle città? Non si tratta più di sola museificazione e spettacolarizzazione della storia: le "domeniche in bicicletta" promosse dalla sinistra ecologista, le zone pedonali chiuse alle autovetture, i parcheggi a pagamento lontani

dal centro storico ma collegati ad esso attraverso i trasporti pubblici, ed altri lievi spostamenti del flusso continuo, in aggiunta alle offerte della marca, non seguono forse una strategia comune che si spinge ormai al di là della città-museo?

Nella città-marca c'è spazio per chiunque: essa riesce a (in)trattenere sia i turisti che i cittadini che disprezzano il turismo -o anche solo una sua parte- nella "propria" città. Turisti e cittadini dunque, ma anche chi rimane emarginato dalla città, dimenticato e oppresso, rientra in essa: se ne marca la sua marginalità, se ne traccia la distanza dall'offerta e la si percorre per mantenerla. Economie dell'eterodossia concessa e gestione dei diseredati rispondono ancora una volta a marche, immagini e simboli, addensati attorno alla città. Così mi chiedo: la città, proponendosi in un certo modo, non opera anche una "creazione" del cittadino? Non indirizza già il consumatore (presente in essa, ancora il cittadino), lungo le medesime direttive che essa percorre? Perché in alcune prospettive il cittadino di Verona è differente da quello di Torino? o Bologna? o Brescia? non è anche per questo modellare di cui è capace la città, lungo le traiettorie della marca? ed il turista stesso, non viene anch'esso modellato dalla città? Procede sorridente nelle strade della città che si propone attraente per lui e/o lei e qui ne viene ancor più marchiato, proprio come accade al cittadino.



BREVI DA VERONA

"Art Verona. Desta scandalo l'opera che ritrae su tre diversi piani, fascisti, nazisti e leghisti. Gli esponenti del partito padano: 'Le hanno provate tutte per batterci, adesso cercano anche di dividere il nemico'."

"L'associazione '100% Animalisti'

protesta contro il circo di Moira Orfei. Tante braccia tese contro lo sfruttamento degli animali."

"Verona. Poca partecipazione alla Fashion Night del 4 Ottobre. I negozianti: 'Abbiamo tenuto aperto per niente'." Peccato, averlo saputo prima... quella sera mi ero scacareggiato le mutande..."

Chopin Hauer

Tra i passanti e la città sembra aprirsi un rapporto di tensione reciproca che ha nell'occhio stupefatto il punto d'arrivo e nell'occupazione totale e totalitaria il punto di partenza.

Oreste Zorzi

SPAZIO URBANO E CONFLITTO

La distanza, il metro ed il chilometro, la suddivisione cartesiana dello spazio che impone la pesantezza della griglia oggettiva e calcolata al territorio, rimane in tensione con una diversa concezione dello spazio. Al di là di una misurabilità cartesiana, gli spazi risentono di una tensione relazionale che li espande e li contrae, cedendo il passo all'intensità, al percepito, al vissuto, che la striatura cartografica vuole rendere sedimentato, compiuto e decifrabile.

La cifra relazionale insita nello spazio, non solo riaccende la percezione di questo come territorio in cui si distendono e stringono rapporti tra punti intensivi. Legata al relazionale è anche la percezione delle distanze come sempre più brevi tra le città in virtù di un turismo che non risenta del noioso territorio di mezzo; il trasporto degli alimenti che non riprende un consumo locale se non come ennesima etichetta vendibile; l'impianto universitario che mantiene i corsi a debita distanza scongiurando ogni possibile contagio tra di loro e nello stesso modo alimenta insistentemente un modello di studente isolato, omologato eppure identificabile, separabile dalla folla. Ma questa cifra relazionale richiama innanzitutto lo

spazio in quanto sfera dei rapporti. Lo spazio come tale è allora il territorio in cui si rendono percepibili reciprocamente queste relazioni. Lo spazio urbano come territorio in cui il soggetto vive la città (un po' più dell'abitante a cui siamo abituati, forse), è anche e soprattutto il campo in cui egli si relaziona. Come relazione, il conflitto, incontro-scontro delle differenti traiettorie direzionate che caratterizzano la tensione potenziale degli individui, quella tensione al possibile se non ancora compiuto, è attore di primo piano nello spazio. Spazio relazionale, spazio conflittuale. Rispetto ad un conflitto come massima apertura al possibile, come fluidità riportata nell'altrimenti coagulato, il conflitto che trova spazio nel tessuto urbano, il conflitto che noi conosciamo è ben diverso. Come la città organizza ed amministra lo spazio fisico, strutturando un circuito urbano capace, da un lato di intervenire sul movimento del cittadino, dall'altro sulla sfera emozionale, altrettanto struttura lo spazio relazionale. Le scuole come galere, le strade come binari, i centri commerciali come templi del consumo. La città, dunque, come pulsante tensione a costruire un intero organizzato, un organismo, struttura lo spazio all'interno dei propri confini (e non solo) in modo che sia parallelo ad essa. Il conflitto viene così, anch'esso, amministrato: su di

esso pesa la striatura della città, la sedimentazione che immobilizza il mobile che sottintende ogni relazione. Il conflitto nello spazio urbano - stando alla città, in essa si trova spazio, non c'è, non si prende, ma ci viene offerto - è così il conflitto amministrato perché reso amministrabile. Un conflitto dunque attenuato. Attenuato perché non più intenso, attenuato perché comunque mantenuto nei confini dell'accettato, attenuato perché partecipato da cittadini attenuati, già piegati e disciplinati dalla città. Un conflitto sterile, non più conflitto, ma immobile pantomima. Il corteo, le elezioni, le lezioni, gli esami, gli spostamenti, il commercio. Sterile ripetizione dell'attenuato. La città ripropone questo conflitto attenuato - una volta al sicuro dal conflitto che potrebbe creare seri problemi di sconfinamenti dal conosciuto amministrabile - perché in questo modo offre ancora una volta relazioni, ancora una volta conflitto, ancora una volta esperienze di vissuto, ma il tutto in uno spazio atto a contenere ed alimentare il vuoto che queste forme spettacolari portano con sé. Una gestione del conflitto come ennesima strategia gestionale, strategia sempre coinvolgente lo spazio urbano perché in quanto tale, è spazio innanzitutto perché relazionale e conflittuale.

Elsa Valbrusa

**Mercoledì 12 ottobre, ore 17.20, aula 1.1, presentazione del libro
STANZE PRIVATE. Epistemologia e politica della sessualità
di Eve Kosofsky Sedgwick
con Lorenzo Bernini, Luca Trappolin e Federico Zappino**

Giovedì 13 ottobre, ore 17.20, aula 1.5, seminario sullo stesso

**Mercoledì 19 ottobre, ore 11.50, presentazione della nuova edizione di
STORIA DELLA FOLLIA NELL'ETÀ CLASSICA
di Michel Foucault
con Mario Galzigna**