

MARTEDÌ, 13 NOVEMBRE 2007

Pagina VII - Torino

Secondo il professor Derossi, docente di Architettura, i cambiamenti vanno "governati"

"Basta con il marketing urbano serve una Commissione qualità"

Prevale il pensiero che la città la fanno altri e noi possiamo solo accettare le scelte già concordate

PIETRO DEROSSÌ*

La critica, ormai consolidata, ai Piani regolatori definitivi ed impositivi degli anni '80 è ormai acquisita. Bisogna decidere come si governano le fasi dei processi e sino a che punto questi possono essere frammentati. Il tema è di trovare un rapporto tra particolare e generale, cioè tra l'intervento singolo (su un edificio o su un'area) e il disegno generale della città.

C'è sempre una domanda latente: quale città vogliamo cioè quale ambiente che per fatto di eventi sia riconoscibile come proposta accettata di ambiente urbano? Il piano inteso come processo si propone anche di svolgere un ruolo molto realistico cioè far sì che le scelte siano connesse direttamente con una operatività concreta.

È chiaro che se nella contrattazione il potere del privato predomina (spesso il privato ha in mano la gestione economica) il rischio aumenta e si può prevedere una rinuncia alla ricerca dell'interesse generale della città. Si instaura una procedura che è stata denominata "marketing urbano" dove i valori della città sono considerati come valori da contrattare con il rischio che siano le regole del mercato ad imporre le decisioni. Il rischio cresce in quanto la procedura tende ad abbreviare drasticamente i tempi di ricerca e di riflessioni per affrettare le decisioni. Comanda la cosiddetta efficienza.

Ad esempio a Torino (e a Milano) si va accettando che sia attuabile la costruzione di edifici alti, (detti grattacieli) ed è chiaro che questa scelta muterà in modo radicale l'immagine della città. Però non è chiaro che sia l'autore di questa scelta, e con quali riflessioni sia stato adottato. Questa procedura produce in primo luogo negli addetti ai lavori (architetti, ingegneri, costruttori), ed anche sui fruitori più attenti, un senso di alienazione. Il pensiero corrente è questo: la città la fanno "altri" noi possiamo solo accettare le scelte già ampiamente concordate. D'altra parte non pare che queste procedure dove applicate abbiano portato a risultati eccellenti.

I progetti per l'area della vecchia fiera di Milano o per la stazione Garibaldi a Milano o per le spine due e tre di Torino non possono essere presi come esempi per una nuova concezione innovativa per un'abitabilità gradevole per la città.

Negli ultimi tempi diverse amministrazioni hanno registrato il rischio di queste operazioni di "marketing urbano" e stanno attivando procedure diverse per garantire una maggiore riflessione nelle scelte e di considerare il rapporto necessario tra singola iniziativa e qualità generale della città.

Tra le varie iniziative c'è quella di istituire delle "Commissioni per la qualità urbana" con il compito di attivare un dibattito continuo sullo sviluppo della città. Queste commissioni sono presenti in molte città (Vienna, Salisburgo, Barcellona, Siviglia, Trento, ecc.)

Sarebbe opportuno che ci fosse questa "Commissione per la qualità urbana" a Torino che aprirebbe uno spazio utile per una partecipazione più ampia alle decisioni per lo sviluppo urbano.

* docente di Architettura