

ANTROPOLOGIA L'assedio alle città da parte dei centri commerciali che attirano i cittadini fuori le mura

NON LUOGHI A PROCEDERE

Marc Augé e gli spazi dell'eterno presente in cui si spegne la memoria del tempo

A vederla per com'è le nostre città sono circondate da centri commerciali. Non si tratta di un vero e proprio assedio. Lo scopo di questo "cavallo di Troia" è attirare i cittadini fuori dalle mura e avvolgerli per una durata di tempo medio-lunga in un tepore consumistico e rassicurante. C'è tutto in un centro commerciale, che è la replica di un altro centro commerciale in giro per il mondo e così via. Questi spazi con vetrine, luci, colori e suoni che ci fanno rivivere in un déjà-vu ogni volta che attraversiamo le porte scorrevoli e siamo investiti dall'aria condizionata o dal tepore del riscaldamento sono "non-luoghi". È l'antropologo Marc Augé che ha coniato questo fortunatissimo termine nell'omonimo libro "Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della modernità". Questo spazio si contrappone al "luogo antropologico", ovvero un sito architettonico e culturale legato alle nostre esistenze. Scrive lo studioso: «Nascere significa nascere in un luogo, essere assegnato a una residenza; e in questo senso il luogo di nascita è costitutivo dell'identità di ognuno di noi. In questo luogo, inoltre, non si è soli, potendo coesistere elementi distinti e singoli, di cui si devono prendere in considerazione relazioni reciproche e identità condivise. Infine il luogo è storico nel senso che, coniugando identità e relazione, coloro che vi vivono possono riconoscerci riferimenti certi». Le strade i luoghi dove la nostra vita si forma hanno una connotazione con il passato che in qualche modo lascia le sue tracce. Il termine monumento, nella sua etimologia latina (monère, "ricordare"), vuole in qualche modo essere espressione della permanenza e del legame che gli abitanti del presente hanno con antenati e pronipoti. Al contrario i centri commerciali: «Sono gli spazi dello standard. Sono strutture dove nulla è destinato al caso: al loro interno è calcolato il numero dei decibel, dei lux, la lunghezza dei percorsi, la frequenza dei luoghi di sosta, il tipo e la quantità di informazioni. Sono sicuramente

gli unici spazi architettonici dove si è concretizzato il sogno della macchina per abitare, cioè dell'ergonomia, dell'efficienza, del confort tecnologico. La loro quasi inevitabile omogeneizzazione è il prezzo pagato in termini figurativi». Chiaro è che il panorama architettonico è legato spesso a fatti e storia. Se pensiamo anche solo alla toponomastica e a come la città si veste e sveste di simboli, luoghi e persone. Un Corso Risorgimento a Biella è totalmente differente dall'omonimo di Torino. Non così per i centri commerciali, tanto che Augé parla di "paradosso del non luogo": «Lo straniero smarrito in un Paese che non conosce (lo straniero "di passaggio") si ritrova soltanto nell'anonimato delle autostrade, delle stazioni di servizio, dei grandi magazzini o delle catene alberghiere». I centri commerciali sono luoghi di ritrovo posticci. Non ci chiedono una partecipazione attiva, se non nell'acquisto e nel consumo. Non sono nemmeno equiparabili al mercato rionale, perché non sono espressione di un commercio legato alla produzione territoriale o all'esigenza della piazza stessa. Ma con i suoi spazi imbalsamati nel vetro e nella plastica basta a se stesso nelle sue duplicazioni infinite. E se abbiamo imparato a conoscerli, attraverso un immaginario di matrice anglossassone, ancora prima che si materializzassero alle porte delle nostre città, quello che ci promette il centro commerciale è un eterno presente non modificabile, scandito da qualche offerta e da qualche apertura. Il non luogo è sicuro e reazionario. Sottolinea Augé: «Per sentirsi in un contesto sociale non ci rimane che guardare lo spettacolo degli altri che camminano e, a loro volta, ci osservano: uno spettacolo dove attori e spettatori si confondono in un reciproco e continuo scambio delle parti». E le nostre città? Musei, isole, dormitori che: «Tangenziali, autostrade, treni ad alta velocità e strade a scorrimento veloce aggirano». Città che si spengono nel loro isolamento e che, paradosso dei paradossi, muoiono di commercio.

Emanuele Policante



ph by Francesca Savino



Marc Augé

I LIBRI DI MARC AUGÉ

"Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità"

di Marc Augé - (Eleuthera, 2009)

"Che fine ha fatto il futuro?"

Dai non luoghi al nontempo"

di Marc Augé - (Eleuthera, 2009)

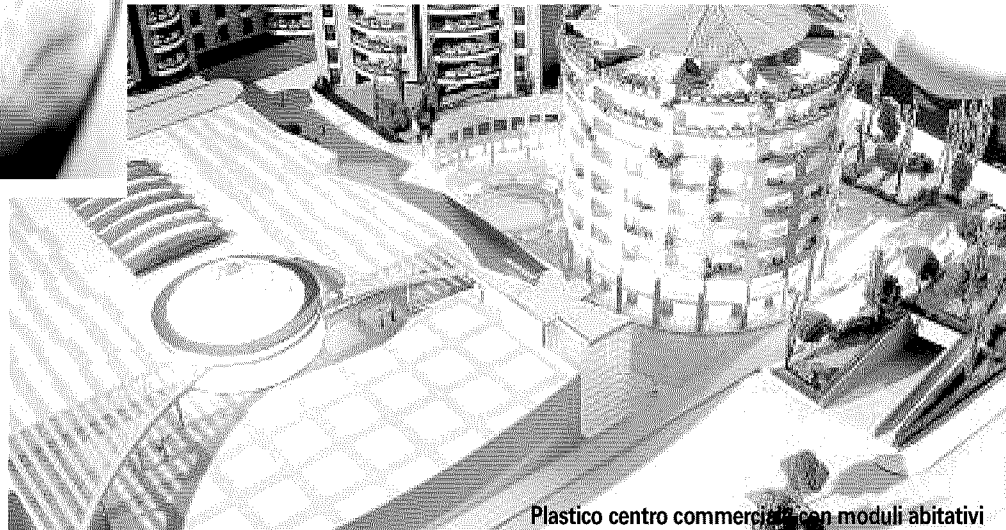
"Tra i confini. Città, luoghi, interazioni

(Testi e pretesti)"

di Marc Augé - (Bruno Mondadori, 2007)

"Futuro"

di Marc Augé - (Bollati Boringhieri, 2012)



Plastico centro commerciale con moduli abitativi