

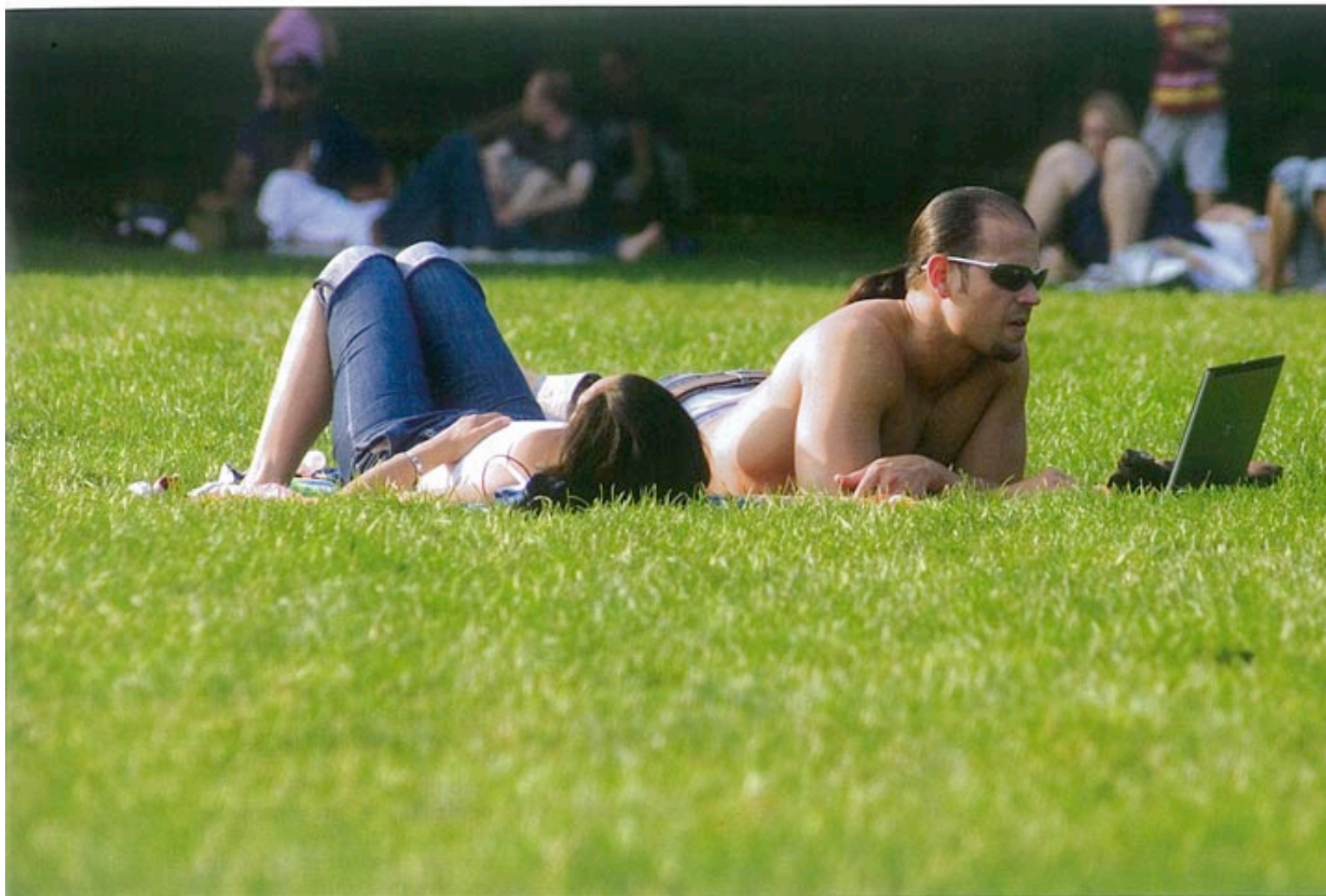
Il senso della cittadinanza

Gli scenari futuri del vivere urbano tra esperienza vitale e capacità relazionale

Francesco Morace, Future Concept Lab



Il lusso del futuro si misurerà attraverso la disponibilità dell'altro ad ascoltarci. Le città devono diventare luoghi responsabili trasformandosi in grandi catalizzatori relazionali, che devono mostrare capacità di ascolto e di stimolo collettivo. In questa prospettiva emergono le logiche delle 4 P (persone, posti, pensieri e progetti) e delle 6 R (Rilevanza, Risonanza, Rispetto, Responsabilità, Reciprocità e Riconoscimento), su cui le città dovranno orientare le proprie strategie. I luoghi urbani dovranno infatti acquisire un ruolo di partner, compagni di vita, guida e catalizzatori di esperienze ed energie, che possono far maturare nuove ed impreviste opportunità. È così che le 6R, costituiscono le espressioni di una stessa qualità che diventa la parola-chiave per le città del terzo millennio: Capacità Relazionale.



Per comprendere il senso della cittadinanza e la sua nuova importanza nel mondo contemporaneo, è necessario ripartire dagli antichi romani. Nella loro esperienza, infatti, la civitas aggiunge qualcosa alla polis. Nella tradizione romana molto più che in quella greca il tema centrale è quello dei doveri del cittadino, della lealtà e delle virtù civiche, che nascono dalla partecipazione politica e dalla dedizione al bene comune. L' homo civicus è legato a doppio filo alla tradizione più alta della politica, intesa come sfera della cura per gli affari comuni della città. Politica come arte della decisione e coraggio della visione civile. La libertà del consumatore va temperata con la responsabilità. L'uomo educato non è quindi né un suddito devoto né un capriccioso consumatore, ma il soggetto che sa scegliere. L'educazione alla città deve trovare regole capaci di costruire un equilibrio tra il presente del benessere e il passato dell'esperienza, con una grande attenzione alla sensibilità femminile, che in questo ha molto da insegnare.

La cura dei beni pubblici deve fondarsi su un legame forte e su emozioni condivise, sostenute dall'amore e dal rispetto per i luoghi in cui si vive, che si esprimono attraverso pratiche di cittadinanza attiva e creativa. Nella cura delle proprie città e degli spazi pubblici si apre una nuova pagina etico-politica: quella che gli anglo-sassoni definiscono i common goods, i beni comuni. Solo se si è di qualche luogo si può diventare cittadini del mondo: solo il rispetto, la comprensione e la conoscenza dei nostri luoghi, e della loro straordinaria unicità e bellezza, permette di riscoprire la fonte concreta ed emotiva dell'educazione. È questa la dimensione in cui gli italiani devono umilmente imparare dai francesi e dalla loro grande tradizione di educazione e cultura, che proviene direttamente dalla storia secolare del bene pubblico: non a caso le scuole più prestigiose (e più severe) in Francia sono quelle dedicate all'Amministrazione Pubblica. "Andare verso la qualità collettiva partendo dalla libertà individuale (e familiare) costa fatica e implica un lavoro fragile sempre sull'orlo

*Nella pagina a fianco: Milano
Qui sopra: New York City*

della sconfitta". L'Italia infatti è un Paese di famiglie, in cui la dimensione pubblica viene amministrata seguendo l'interesse privato e familiare. È importante proporre una ricostruzione capillare e duratura della tradizione civica, che non si riduca a poche ore di educazione civica insegnata (male) a scuola. Ma quale che ne sia la scala, la tutela dei beni comuni richiede una dose robusta di immaginazione e la disponibilità a pensare il mondo dal punto di vista della sua trasformazione: il bellissimo libro di Franco Cassano che propone il titolo Homo Civicus, e da cui è tratta la citazione precedente, costituisce un esempio illuminante a questo riguardo e ci porta a prevedere una accelerazione imprevista su questi temi. La condizione urbana – drammatica per molti aspetti nelle megalopoli del Messico o del Brasile, dell'India o della Cina – costituisce però una



ideale base di esplorazione vitale, soprattutto per le giovani generazioni. È questo che, sulla scia dei surrealisti, i situazionisti degli anni Sessanta avevano intuito praticando quella che chiamavano la deriva urbana o la psicogeografia. La città diventava per loro un terreno d'avventura, i cui la dimensione ludica e quella onirica avevano un posto d'onore. La deriva in una città – in gruppo o da soli – permetteva di esplorare uno spazio dato, confrontandosi con tutte le possibili e molteplici diversità, vivendo così delle utopie interstiziali. La navigazione nella galassia degli stili di pensiero, da parte di milioni di giovani sudamericani o cinesi, dovrebbe in qualche modo permettere una esperienza simile. Sul territorio delle megalopoli in Asia e in Sud America tutto ciò sta avvenendo: questi luoghi nella loro articolazione complessa tra periferie degradate e nuova architettura hanno ereditato questa tensione verso la deriva e l'avventura, scambiandosi dei simboli, che non sono solo i prodotti di consumo, ma la possibilità di nuove esperienze relazionali. L'importante è che non siano esperienze univoche e imposte, ma costituiscano solo un tassello della propria esperienza vitale: in questa dimensione non è difficile prevedere per i prossimi anni un grande recupero del concetto stesso di cittadinanza, al contrario di quanto immaginato da Rifkin nel suo libro *L'era dell'accesso*, in cui veniva prevista la scomparsa di qualsiasi relazione diretta con il territorio. È in questa direzione che diventa interessante una rilettura della cittadinanza attraverso le 6 R del marketing relazionale, che in molti settori è diventato un must: la Rilevanza, la Risonanza, la Responsabilità, il Rispetto, il Riconoscimento e la Reciprocità.

Rilevanza

Il sistema urbano deve andare verso la comunità partendo dalla libertà individuale. È importante proporre attraverso il commercio, il welfare, i servizi, la cultura, una ricostruzione capillare e duratura della tradizione civica. Ma quale che ne sia la scala, la tutela dei beni comuni richiede una dose robusta di immaginazione e la disponibilità a pensare il mondo

*Dall'alto in basso
Rio de Janeiro, Tokyo, Londra*

dal punto di vista della sua trasformazione: ad esempio San Paolo, Tel Aviv e Berlino con le loro esperienze avanzate in ambito fieristico e museale, ci aiutano ad affrontare questa sfida, diventando luoghi rilevanti, che propongono esperienze da conoscere.

Risonanza

Le retoriche post-moderne sono extra-economiche, impolitiche, spettacolari e nomadi, e anche quando nutrite da buone ragioni, rischiano di erodere luoghi e beni pubblici. Il rischio del post-moderno è di essere irresponsabile, di non rispondere agli altri, perché si è sempre solo occupati da sé stessi. Nel post-moderno non si riesce mai a guardare oltre il qui ed ora: non si affronta la sfida collettiva della risonanza. Oggi molti progetti urbani vogliono farlo, diventando luoghi pubblici in cui risuonano nuovi progetti di vita. Le città spagnole – da Valencia a Bilbao – si stanno dimostrando tra le più vivaci in questa direzione.

Responsabilità

Per parlare di responsabilità sociale e d'impresa è necessario partire dai luoghi della città. Per parlare delle città è necessario definire il valore della cittadinanza. La cittadinanza è probabilmente l'invenzione più interessante dell'Occidente, che sottrae gli individui alle due derive del totalitarismo (che ne fa dei sudditi), e del mercato (che ne fa dei clienti). La cittadinanza propone oggi la versione probabilmente più interessante dell'esperienza responsabile, e la pubblica amministrazione dovrà raccogliere il testimone di questa sfida.

Rispetto

La cura dei beni pubblici deve essere poggiata su un legame forte e su emozioni condivise, che spesso partono da forme condivise di amor loci, che si esprimono attraverso pratiche di cittadinanza attiva. Nella cura dei propri luoghi si apre una nuova pagina etico-politica. Solo se si è di qualche luogo si può diventare cittadini del mondo, solo il rispetto, la comprensione e la conoscenza

dei nostri luoghi permette di riscoprire la fonte concreta ed emotiva di un'etica pubblica. È in questa prospettiva che si inserisce la riflessione sulle tendenze della Pubblica Amministrazione.

Riconoscimento

Il consumatore-cittadino dimostra una nuova attenzione per l'abitare e i beni comuni. La cittadinanza non solo non mette a rischio la libertà del singolo (e del consumatore) ma al contrario, rendendola lungimirante, la arricchisce e le allunga la vita. È interesse di chi ama la libertà urbana, darle un futuro, renderla più larga e condivisa, coinvolgendo l'Amministrazione Pubblica. Il privatismo del consumo impoverisce l'idea stessa di libertà, che implica invece il possesso e la gestione di una risorsa relazionale complessa come

la fiducia, in cui diventa essenziale l'esperienza del riconoscimento.

Reciprocità

Il tema centrale è quello dei doveri del cittadino, della lealtà e delle virtù civiche, che nascono dalla partecipazione politica e dalla dedizione al bene comune: elevando la reciprocità a valore comune. L'homo civicus di cui parla Franco Cassano è legato a doppio filo alla tradizione più alta della politica, intesa come sfera della cura per gli affari comuni della città. La "cittadinanza distributiva" deve provare a trovare regole capaci di costruire un equilibrio tra il presente dell'entusiasmo e il passato dell'esperienza, al di là del disincanto che il post-moderno rischia di imporre. La città diventa il laboratorio per elaborare pratiche vitali e affrontare questa sfida, definendo le nuove regole della performance collettiva.



Dall'alto in basso:
Los Angeles, Shanghai